

# Wirtschaftsförderungsstrategie Rheingau-Taunus-Kreis



## BEARBEITUNG

Diese Strategie wurde vom Fachdienst Kreisentwicklung, Wirtschaftsförderung, Kreisstraßen der Kreisverwaltung des Rheingau-Taunus-Kreises gemeinsam mit den Partnern der Wirtschaftsförderung erarbeitet. Wir bedanken uns bei allen unseren Partnern für die Mitarbeit und wertvolle Unterstützung bei der Erstellung.

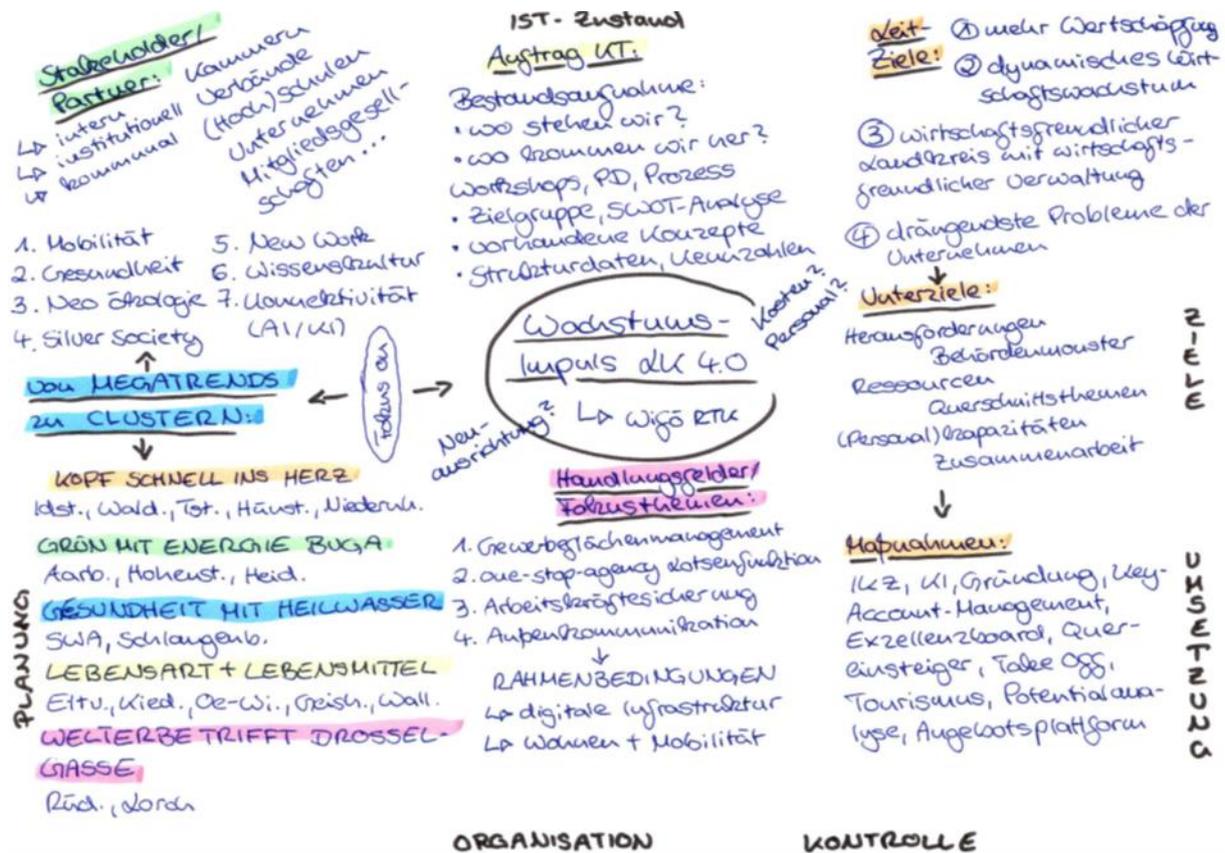


Abbildung 1: Konzept in der Planungsphase

Ansprechpartner:

Jennifer Brötz	06124 510-451	jennifer.broetz@rheingau-taunus.de
Yvonne Grein	06124 510-308	yvonne.grein@rheingau-taunus.de
Achim Staab	06124 510-487	achim.staab@rheingau-taunus.de
Horst Stockem	06124 510-586	horst.stockem@rheingau-taunus.de

Rheingau-Taunus-Kreis  
Mai 2025

Heimbacher Straße 7  
65307 Bad Schwalbach  
[www.rheingau-taunus.de](http://www.rheingau-taunus.de)

## INHALTSVERZEICHNIS

1	Zusammenfassung .....	6
2	Anlass, Ziele und Zeitplan .....	9
3	Wo stehen wir? - Standortbestimmung und Ausgangslage.....	13
3.1	Wirtschafts- und Unternehmensstruktur .....	13
3.2	Gewerbeflächenverfügbarkeit .....	15
3.3	Fachkräftebedarf und Arbeitsmarkt .....	19
3.4	Bruttoinlandsprodukt und Kaufkraft.....	20
3.5	Geschäftsklimaindex und Konjunkturbericht .....	21
3.6	Vergleich mit Anderen Im Regionen-RANKING .....	23
3.7	Standortbedingungen .....	25
3.7.1	Standortvorteile.....	26
3.7.2	Standortnachteile .....	27
3.8	Gegenüberstellung von Stärken und Schwächen .....	28
4	Heutige Wirtschaftsförderung und Netzwerkpartner .....	29
4.1	Organisation und Aufgaben .....	29
4.2	Partner der Wirtschaftsförderung.....	31
4.3	Vorhandene Konzepte .....	34
5	Strategische Fokussierung.....	35
5.1	Leitfragen .....	35
5.2	Strategische Fokussierung .....	36
5.3	Fokusthemen .....	37
5.4	Größer denken, Zukunftsfreude wecken.....	38
6	Von Megatrends zu Zukunftschancen.....	40
6.1	Megatrends .....	41
6.2	Cluster .....	45
6.2.1	Cluster Kopf und Schnell ins Herz .....	46
6.2.2	Cluster Grün mit Energie.....	50
6.2.3	Cluster Gesundheit und Heilwasser .....	54
6.2.4	Cluster Lebensmittel und Lebensart .....	56
6.2.5	Cluster Welterbe trifft Drosselgasse .....	59
7	Weitere Fokusthemen der Strategie.....	61
7.1	Gewerbeflächenmanagement .....	61

7.1.1	Neue Gewerbeflächen ausweisen .....	61
7.1.2	Potenziale in vorhandenen Gewerbegebieten nutzen .....	62
7.1.3	Bestehende Gewerbeflächen erhalten .....	63
7.1.4	Vorhandene Flächen besser vermarkten .....	63
7.2	One-Stop-Agency.....	64
7.2.1	Wirtschaftsförderung als Lotse .....	64
7.2.2	Wirtschaftsförderung als Netzwerkknoten-Professionelles Stakeholdermanagement.....	66
7.2.3	Wirtschaftsförderung für Bestandsunternehmen .....	67
7.3	Aussenkommunikation und Standortmarketing .....	68
7.3.1	Sichtbarkeit der Angebote der Wirtschaftsförderung .....	68
7.3.2	Standortmarketing .....	69
7.3.3	Erfolgskommunikation.....	70
7.4	Arbeitskräfte- und Fachkräftesicherung .....	70
7.4.1	Wir machen Arbeitgeber fit für den demografischen Wandel .....	71
7.4.2	Junge Menschen im Kreis halten .....	71
7.5	Verbesserung der Standortbedingungen.....	74
7.5.1	Mobilität .....	74
7.5.2	Wohnungsmarkt/ Betriebliches Wohnen.....	75
7.5.3	Soziale Infrastruktur .....	76
7.5.4	Digitale Infrastruktur.....	76
7.5.5	Land- und Weinwirtschaft, Tourismus und Naherholung .....	77
8	Zusammenfassung der Maßnahmen .....	78
8.1	Fokusthema Megatrends zu Zukunftschancen .....	79
8.2	Fokusthema Gewerbeflächenmanagement .....	79
8.3	Fokusthema One Stop Agency .....	82
8.4	Fokusthema Außenkommunikation und Standortmarketing.....	85
8.5	Fokusthema Arbeits- und Fachkräftesicherung.....	87
9	Wirtschaftsförderung im Rheingau-Taunus-Kreis neu aufgestellt.....	90
9.1	Organisation der Wirtschaftsförderung des Kreises .....	90
9.2	Organisation der kommunalen Wirtschaftsförderungen .....	92
10	Umsetzung und Monitoring.....	93
11	Anlagen.....	94

## ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: Konzept in der Planungsphase .....	2
Abbildung 2: Ergebnisse der Workshops .....	10
Abbildung 3: Auszug aus dem Regionalen Entwicklungskonzept Südhessen.....	17
Abbildung 4: Portalauszug KIP Rheingau-Taunus-Kreis .....	18
Abbildung 5: Fachkräftebedarf und Fachkräftenachfrage.....	19
Abbildung 6: Fachkräftelücke im regionalen Vergleich.....	20
Abbildung 7: IHK-Geschäftsklimaindex .....	22
Abbildung 8: Stakeholder der Wirtschaftsförderung .....	32
Abbildung 9: Strategische Fokussierung.....	37
Abbildung 10: Google Maps aus großer Flughöhe.....	39
Abbildung 11: Megatrend-Map .....	41
Abbildung 12: Clusterübersicht Rheingau-Taunus-Kreis.....	46
Abbildung 13: Cluster Kopf und schnell ins Herz .....	47
Abbildung 14: Verkehrsanbindung A3 .....	48
Abbildung 15: Europäischer Internetknoten Frankfurt am Main .....	49
Abbildung 16: Cluster Grün mit Energie .....	51
Abbildung 17: Grünes Gewerbe .....	53
Abbildung 18: Cluster Gesundheit und Heilwasser.....	54
Abbildung 19: Cluster Lebensmittel und Lebensart.....	57
Abbildung 20: Cluster Welterbe trifft Drosselgasse.....	59
Abbildung 21: Gewerbeflächenportal Rhein-Kreis Neuss .....	64
Abbildung 22: Wir sitzen alle in einem Boot .....	66
Abbildung 23: Deckblatt Imagebroschüre Rheingau-Taunus-Kreis .....	69
Abbildung 24: Hochschule Geisenheim University .....	73
Abbildung 25: Verteilerschrank Telekommunikation.....	77
Abbildung 26: Portalauszug RTK-RegioWeiser .....	95
Abbildung 27: Lokaler Routenführer Industriekultur Rheingau-Taunus-Kreis .....	97

## 1 ZUSAMMENFASSUNG

Mit dem vorliegenden Konzept und der vorliegenden Strategie wird der Beschluss des Kreistages vom 4. Dezember 2023 umgesetzt, *‘ein Konzept zur Wirtschaftsförderung im Rheingau-Taunus-Kreis gemeinsam mit den kreisangehörigen Kommunen sowie Vertretern der gewerblichen Unternehmen und des Handwerks (bspw. IHK und Handwerkskammer) zu erarbeiten’*.

Das Konzept und die Strategie wurden aus der Region heraus, unter anderen in Workshops mit den lokalen und regionalen Akteuren vor Ort und Unternehmen erarbeitet. Funktionierende und bestehende Strukturen in den Kommunen und bei den Akteuren, auch der internen Kreisverwaltung, wurden erfasst und in die Wirtschaftsförderungsstrategie integriert. Die besonderen Augenmerke der Teilregionen Rheingau und Untertaunus wurden dabei berücksichtigt.

Als wichtige Grundlagen wurden die Wirtschafts- und Unternehmensstruktur und wirtschaftliche Rahmenbedingungen erfasst und ausgewertet sowie eine kreisweite Stärken- und Schwächenanalyse vorgenommen. Die Stärken des Kreises sind:

Stärken des Rheingau-Taunus-Kreises
1. gute geografische Lage als Teil der Metropolregion Frankfurt RheinMain
2. guter Status-quo der Wirtschaft (Ranking Platz 128 von 400)
3. hohe Lebensqualität
4. ausgewogener Branchenmix
5. keine Abhängigkeit von Einzelunternehmen
6. geringe Arbeitslosenquote
7. ausgeprägte Bildungslandschaft
8. Gründungsquote überdurchschnittlich
9. hohe Kaufkraft

Es bestehen folgende Herausforderungen:

Schwächen des Rheingau-Taunus-Kreises
1. vergleichsweise geringes BIP
2. Dynamik der Wirtschaft lässt nach (Platz 192 von 400)
3. Geschäftsklimaindex unter der Wachstumsschwelle
4. großer und steigender Fachkräftemangel
5. großer Wettbewerb um Fachkräfte mit benachbarten Großstädten
6. fehlende Gewerbeflächen
7. hohe Wohnkosten und Immobilienpreise
8. Defizite in der Kinderbetreuung
9. Öffentlicher Verkehr ist ausbaufähig
10. Image der Wirtschaft nicht bei allen Einwohnern positiv

Ziel der Strategie ist es, Impulse für die Weiterentwicklung der Wirtschaft im Kreis zu geben. Dabei stehen drei Leitfragen im Vordergrund:

- Wie kann die Wirtschaft im Kreis dynamischer wachsen?
- Wie werden die drängendsten Probleme der Unternehmerinnen und Unternehmer sowie der örtlichen Wirtschaftsförderungen und anderen Stakeholder gelöst?
- Wie wird der Rheingau Taunus-Kreis zu einem wirtschaftsfreundlichen Landkreis mit wirtschaftsfreundlicher Verwaltung?

Darüber steht die Absicht, mehr Wertschöpfung zu generieren und damit die finanzielle Situation der Unternehmen, privaten Haushalte und Kommunen zu verbessern. Wichtig dabei ist „sich nicht zu verstecken“, sondern den Rheingau-Taunus-Kreis als Teil der Metropolregion Frankfurt RheinMain stärker zu etablieren. Zudem soll durch die vorliegende Strategie auch die Sicht der Bevölkerung auf die Wirtschaft verändert werden. Weg vom Gewerbe als Störfaktor hin zur Betrachtung der Unternehmen als Basis für die bisher gute wirtschaftliche Situation der Region.

Impulse für mehr wirtschaftliche Dynamik gibt das Kapitel Megatrends zu Zukunftschancen. Hier wird auf der Basis der vorhandenen Stärken der Teilregionen des Kreises analysiert, welche Megatrends für die wirtschaftliche Dynamik und Entwicklung der Zukunftsfähigkeit genutzt werden können.

Weitere Fokusthemen der Strategie sind:

Weitere Fokusthemen der Strategie
1. der Aufbau eines Gewerbeflächenmanagements,
2. die Etablierung der Wirtschaftsförderung als One-Stop-Agency,
3. die Stärkung der Außenkommunikation und des Standortmarketings,
4. die Entwicklung von Maßnahmen der Arbeitskräftesicherung,
5. die Verbesserung der Rahmenbedingungen für wirtschaftlichen Erfolg.

In diesen Fokusthemen wurden 18 Maßnahmen erarbeitet, die gemeinsam mit unseren Partnern umgesetzt werden sollen. Die folgenden Maßnahmen erhielten die höchste Priorität, daher soll mit ihnen begonnen werden:

- Bildung von fünf Wirtschaftsklustern
- Schaffung von neuen Gewerbeflächen
- Aufbau von professionellen Angebotsplattformen für Gewerbeflächen
- Lotsenfunktion der Wirtschaftsförderung (One-Stop) etablieren
- Besseres Standortmarketing nach außen

Voraussetzung für die Umsetzung des ganzen Maßnahmenportfolios der Strategie ist die Neuaufstellung der Kreiswirtschaftsförderung. Mittelfristig ist mehr Personal und eine bessere finanzielle Ausstattung erforderlich. In den nächsten Monaten wird daher ein Konzept erarbeitet, das Aussagen darüber trifft, wie das vor dem Hintergrund der angespannten Haushaltslage gelingen kann.

Wie die Wirtschaftslage ist auch die Strategie nicht statisch. Sie soll in einem iterativen Prozess in Zusammenarbeit mit den Partnern:

- in der kommunalen Wirtschaftsförderung
- in den Institutionen und
- in Unternehmen

regelmäßig weiterentwickelt werden.

## 2 ANLASS, ZIELE UND ZEITPLAN

### **Warum sind wir gestartet?**

Der Kreistag des Rheingau-Taunus-Kreises hat in seiner Sitzung am 4. Dezember 2023 einstimmig beschlossen und den Kreisausschuss beauftragt, *‘ein Konzept zur Wirtschaftsförderung im Rheingau-Taunus-Kreis gemeinsam mit den kreisangehörigen Kommunen sowie Vertretern der gewerblichen Unternehmen und des Handwerks (bspw. IHK und Handwerkskammer) zu erarbeiten.*

*Grundsätzlich soll das Konzept eine gemeinsame Wirtschaftsstrategie für den Rheingau und Untertaunus beinhalten, welches die Bereiche Betreuung von Unternehmen (bspw. Unternehmerdatenbank, Existenzgründung, Unternehmensnachfolge, Betreuung ansiedlungswilliger Unternehmen), Gewerbeflächen/ Immobilien, Personal- und Fachkräfterekrutierung, Fördermittelakquise und Marketingaktivitäten beinhaltet. Auf die besonderen Bedürfnisse der Kurorte Bad Schwalbach und Schlangenbad soll dabei geachtet werden. Dieses Konzept ist mit unmittelbaren und langfristigen Handlungsempfehlungen dem Kreistag vorzulegen’.*

Angesichts der sich wandelnden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, der Digitalisierung und der Herausforderungen durch den demografischen Wandel wurde bereits vor diesem Beschluss deutlich, dass sich die Themen der Wirtschaftsförderung des Kreises ändern müssen. So rückte in den letzten Jahren das Thema Fachkräftesicherung immer weiter in den Vordergrund.

Ein besonderer Handlungsdruck war auch bei der Neuaufstellung der Vernetzung mit den kommunalen Wirtschaftsförderungen, den institutionellen Partnern und den Unternehmen vorhanden. Bisher wurde anlassbezogen und an einzelnen Projekten gemeinsam gearbeitet. Bei steigender Komplexität der Aufgaben ist ein professionelles Stakeholdermanagement unerlässlich, um gemeinsam schlagkräftiger zu sein.

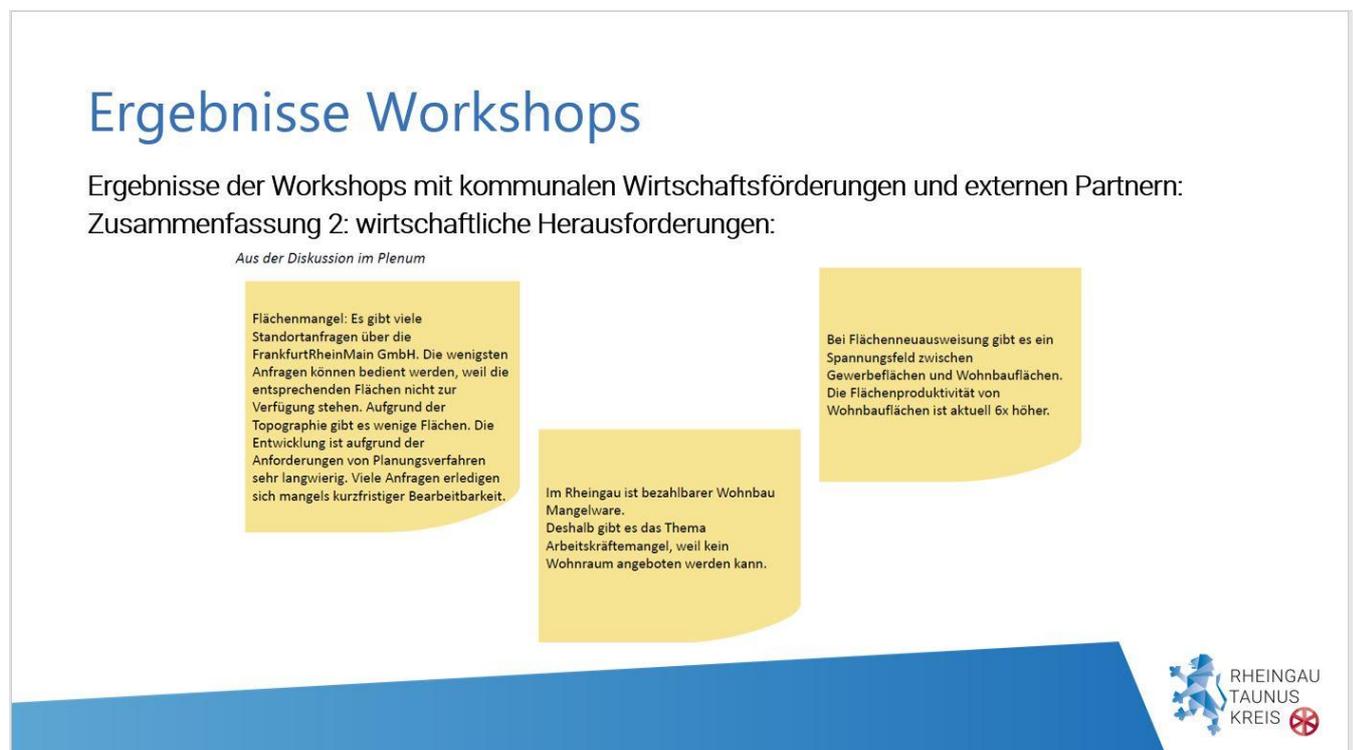
Durch den Beschluss des Kreistags wurde die Neuausrichtung der Wirtschaftsförderung vorangetrieben und die zukünftigen Aktivitäten der Wirtschaftsförderung wurden gebündelt in einem Strategiepapier zusammengefasst.

### **Wie sind wir gestartet?**

Die Wirtschaftsförderungsstrategie sollte aus der Region erarbeitet werden und die Expertise der Akteure in der Region sollte in die Strategie einfließen. Daher wurden von Juni bis November 2024 drei Workshops durchgeführt.

Der erste Workshop fand im Juni 2024 innerhalb der Kreisverwaltung mit den Personen und Fachdiensten statt, die bisher schon eng mit der Wirtschaftsförderung zusammenarbeiten. Ein wesentliches Ergebnis dieses Workshops war es, dass nicht nur die Wirtschaftsförderung der Ansprechpartner für die Unternehmen ist, sondern der Dienstleistungsgedanke in allen Fachdiensten, die Leistungen für Unternehmen anbieten, wie die Bauaufsicht, das Jobcenter oder die Ausländerbehörde gelebt werden muss.

Zu einem zweiten Workshop wurden die kommunalen Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner der Wirtschaftsförderung in den 17 Städten und Gemeinden im Rheingau-Taunus-Kreis eingeladen. In einer dritten Runde wurden die Fragen der Wirtschaftsentwicklung mit den institutionellen Partnern wie IHK, HWK, ProJob, RTK Holding u.a. besprochen.



### Abbildung 2: Ergebnisse der Workshops

In den ersten drei Workshops wurde herausgearbeitet, vor welchen aktuellen Herausforderungen die Wirtschaftsförderung steht und welche Anforderungen und Wünsche an die Kreiswirtschaftsförderung gerichtet werden. Dabei wurde auch über vorhandene Ressourcen und die Nutzung von Synergien intensiv diskutiert.

Es kristallisierten sich die Themen,

- Gewerbeflächen
- Fachkräftemangel
- Außenkommunikation

- bessere Zusammenarbeit der Akteure
- und Kreiswirtschaftsförderung als umfassender Dienstleister für Unternehmen und kommunale Wirtschaftsförderungen

als Schwerpunkte heraus.

Auf dem Wirtschaftsdialog im November 2024, der unter dem Titel Workplace Excellence stand, wurde dann den rund 90 teilnehmenden Unternehmen ein Einblick in die bisherigen Inhalte der Wirtschaftsförderungsstrategie gewährt.

Nachdem im Januar 2025 ein erster Entwurf der Wirtschaftsförderungsstrategie vorlag, wurde mit den drei oben erwähnten Gruppen eine zweite Workshopreihe durchgeführt, um über die Ziele der Strategie, die Fokusthemen und die in den Fokusthemen erarbeiteten Maßnahmen zu sprechen. In diesen Workshops wurde auch die Idee der Bildung von Clustern im Landkreis, in denen zukünftig gemeinsam wirtschaftliche Entwicklung vorangetrieben werden kann, vorgestellt. Die Rückmeldungen und Anregungen zu Inhalten und Themen wurden in das vorliegende Konzept eingearbeitet.

Am 7. März 2025 wurden in einem finalen Workshop weiterhin die Perspektive von Unternehmerinnen und Unternehmern aus dem Kreisgebiet in die Strategie aufgenommen. Es etablierte sich das Exzellenzboard, das aus zehn Unternehmerinnen und Unternehmern aus dem Kreis besteht. Die Mitglieder des Exzellenzboards sind bereit, die Wirtschaftsförderung auch zukünftig im Rahmen gemeinsamer Treffen zu beraten.

Externe Beratungsleistungen wurden nur in geringem Umfang in Anspruch genommen. Die PD Berater der öffentlichen Hand hatte in der ersten Phase der Bearbeitung die Aufgabe, Workshopkonzepte zu erarbeiten und zwei Workshops durchzuführen. Weitere Aufgaben der PD waren die Bemessung der Personalbedarfe und ein Beratungsgespräch zu den Maßnahmen der Wirtschaftsförderungsstrategie.

Die folgende Grafik veranschaulicht den Erarbeitungsprozess



## 3 WO STEHEN WIR? - STANDORTBESTIMMUNG UND AUSGANGSLAGE

### 3.1 WIRTSCHAFTS- UND UNTERNEHMENSSTRUKTUR

#### **Räumliche Struktur**

Der Rheingau-Taunus-Kreis, mit den zwei unterschiedlichen Landschaftsgebieten, ist ausgesprochen heterogen strukturiert: Der Rheingau mit dem Rheingaugebirge ist bekannt für die besondere Kulturlandschaft. Der Taunus hat als Mittelgebirgslandschaft mit ausgedehnten Wäldern eine ganz andere räumliche Struktur.

Die Siedlungsstruktur im Rheingau-Taunus-Kreis ist geprägt von einer Mischung aus städtischen und ländlichen Gebieten. Die größte Siedlungsdichte ist in einem Gürtel rund um die Landeshauptstadt Wiesbaden und entlang der A3 zu verzeichnen. Die nördlichen und nordwestlichen Teile des Kreisgebietes mit Hohenstein, Heidenrod und Aarbergen sowie den Höhenorten des Rheingaus sind eher ländlich geprägt.

Die knapp 190.000 Einwohner und Einwohnerinnen im Rheingau-Taunus-Kreis verteilen sich zu einem Drittel auf den Rheingau und zu zwei Drittel auf den Bereich des Taunus. Die größten Städte sind Taunusstein, Idstein und Eltville. Die beiden kleinsten Kommunen sind Kiedrich und Lorch. Bei der Größe des Kreisgebietes mit 811 qkm ergibt sich eine Einwohnerdichte von knapp 230 Personen pro qkm. Die flächenmäßig größte Gemeinde ist Heidenrod mit fast 100 qkm, die kleinste Walluf mit weit unter 10 qkm. Zu- und Abwanderungen halten sich im Kreisgebiet aktuell fast die Waage (Hessische Gemeindestatistik 2024).

#### **Betriebs- und Unternehmensstruktur**

Im Rheingau-Taunus-Kreis gibt es rund 8.000 umsatzsteuerpflichtige Unternehmen - die meisten davon in Taunusstein und Idstein. Knapp 40 Unternehmen und Dienstleister haben über 100 Beschäftigte.

Das produzierende Gewerbe umfasst rund 25 % und die Land- und Forstwirtschaft 1 % der Beschäftigtenstruktur. Der größte Bereich ist die Dienstleistung mit rund 74 %. Im Einzelnen heißt das: 34 % Öffentliche und private Dienstleistungen, 24 % Handel, Verkehr und Gastgewerbe und 16 % Unternehmensdienstleistungen (eigene Recherchen).

Im sozialen bzw. öffentlichen Bereich haben ca. 25 Arbeitgeber über 100 Mitarbeitende, wie zum Beispiel Vitos Rheingau (psychiatrisches Krankenhaus) in Eltville. Die Sankt Vincenzstift gGmbH in Rüdesheim am Rhein beschäftigt mehr als 700 Personen. Auch Beratungs-, Software- und Marketingfirmen sowie Stadt- und Kurverwaltungen sowie soziale Einrichtungen machen einen großen Anteil im Bereich Dienstleistung aus (eigene Berechnungen und Informationen).

Besonders die Stadt Bad Schwalbach liegt mit rund 90 % Dienstleistungsanteil weit über dem Kreisdurchschnitt. Das erklärt sich durch Kreisverwaltung, Amtsgericht und verschiedene Kur- einrichtungen.

Der Einzelhandel im Rheingau-Taunus-Kreis ist stark von kleinen bis mittelgroßen Geschäften geprägt. Viele der Einzelhandelsunternehmen sind inhabergeführt und bedienen den lokalen Bedarf der Bevölkerung. Besonders im Rheingau spielt der touristische Einzelhandel eine wichtige Rolle. Souvenirläden, Weinhandlungen, und regionale Spezialitäten sind ein bedeutender Bestandteil der Einzelhandelslandschaft. Die Geschäftslage im Einzelhandel ist aktuell in einer kritischen Phase. Laut der aktuellen IHK-Konjunkturumfrage plagen ca. 35 Prozent der Betriebe Finanzprobleme und 59 Prozent rechnen in diesem Jahr mit einer gleichbleibend schlechten Geschäftslage. Gründe liegen in der allgemeinen Wirtschaftslage. Vor allem verursacht aber das veränderte Käuferverhalten wirtschaftliche Schwierigkeiten. Dem konkurrierenden Onlinehandel sind viele kleine Einzelhändler nicht gewachsen. Daraus resultieren zunehmend Leerstände in den Innenstädten, für die keine Nachnutzung gefunden werden kann.

Das Gründungsgeschehen im Rheingau-Taunus-Kreis liegt bei etwa 75 Existenzgründungen pro 10.000 Erwerbstätige (Institut für Mittelstandsforschung Bonn, 2022). Diese Quote ist relativ hoch, denn der Median aller deutschen Landkreise liegt bei 58 Existenzgründungen pro 100.000 Einwohner ([https://www.ifm-bonn.org/fileadmin/data/redaktion/publikationen/daten\\_und\\_fakten/dokumente/Daten-und-Fakten-31\\_2022.pdf](https://www.ifm-bonn.org/fileadmin/data/redaktion/publikationen/daten_und_fakten/dokumente/Daten-und-Fakten-31_2022.pdf))

Im Landkreis sind in den letzten Jahren viele Gründungsaktivitäten mit einer großen Bandbreite entstanden. Im Kreisgebiet befinden sich drei Hochschulen, die sich intensiv mit dem Thema befassen. Vor allem die Hochschule Fresenius mit dem Competence Center Entrepreneurship (CCE) sowie die Hochschule Geisenheim University und die European Business School (EBS) in Oestrich-Winkel, die gemeinsam die Gründerfabrik Rheingau entwickelt haben. In einigen der 17 Kommunen im Kreis gibt es ebenfalls Aktivitäten zum Aufbau von Gründerzentren. Hier sind das Virtuelle Gründerzentrum Zukunft und Entwicklung Heidenrod sowie das Regionale Gründerzentrum Coworking Space in Taunusstein, das Gründerzentrum Eltville sowie das Forum Kiedrich zu nennen.

Im Bereich der Landwirtschaft gibt es ca. 600 Betriebe, die eine Nutzfläche von rund 20.000 ha bewirtschaften. Der Anteil an Ökobetrieben im Kreis liegt bei über 10 %, mit steigender Tendenz. Im Bundesland Hessen liegt die Quote mit 16 % deutlich höher (<https://landwirtschaft.hessen.de>)

Der Vorteil der Betriebs- und Unternehmensstruktur im Rheingau-Taunus-Kreis liegt darin, dass es sich vorwiegend um kleinere und mittlere Betriebe (KMU) und somit keine Abhängigkeit von Großbetrieben besteht.

## Branchenvielfalt

Der Rheingau-Taunus-Kreis weist eine große Branchenvielfalt auf. In der folgenden Tabelle sind die Branchen aufgeführt, aus denen die zehn größten Unternehmen (Umsatz und Mitarbeiter) im Rheingau-Taunus-Kreis stammen:

- Lebensmittelverarbeitung und –aufbereitung (drei Unternehmen)
- Lebensmittelvertrieb
- Kommunikationstechnik
- Outdoor und Textil
- Werkzeugbau
- Umwelttechnik
- Elektrotechnik
- Maschinenbau

Quelle: <https://die-deutsche-wirtschaft.de>

Im Rheingau liegt im Bereich Tourismus eine starke Fokussierung, im Taunus besteht kein klarer Branchenschwerpunkt. Aber auch hier gab es in den letzten Jahren immer mehr Initiativen im Bereich Tourismus. Dazu zählt beispielsweise die Gründung einer touristischen Arbeitsgemeinschaft der Kommunen Aarbergen, Heidenrod, Bad Schwalbach, Hohenstein und Taunusstein.

Im gesamten Rheingau-Taunus Kreis konnten im Jahr 2022 rund 8.000 Betten in Beherbergungsbetrieben und privaten Unterkünften angeboten werden. Rund 380.000 Gäste kamen im Jahr 2022 an und blieben durchschnittlich 2,6 Tage.

## 3.2 GEWERBEFLÄCHENVERFÜGBARKEIT

Gewerbeflächen, vor allem Flächen mit größerem Zuschnitt wurden in den letzten Jahren im Rheingau-Taunus-Kreis nur in geringem Umfang ausgewiesen. Größere Gewerbeflächen sind im Osten von Walluf, in Taunusstein-Orlen und in Bad Schwalbach Ober der Hardt entstanden. Fragt man die Wirtschaftsförderer und Wirtschaftsförderinnen vor Ort, so bekommt man die Auskunft, dass es ein deutliches Flächendefizit gibt.

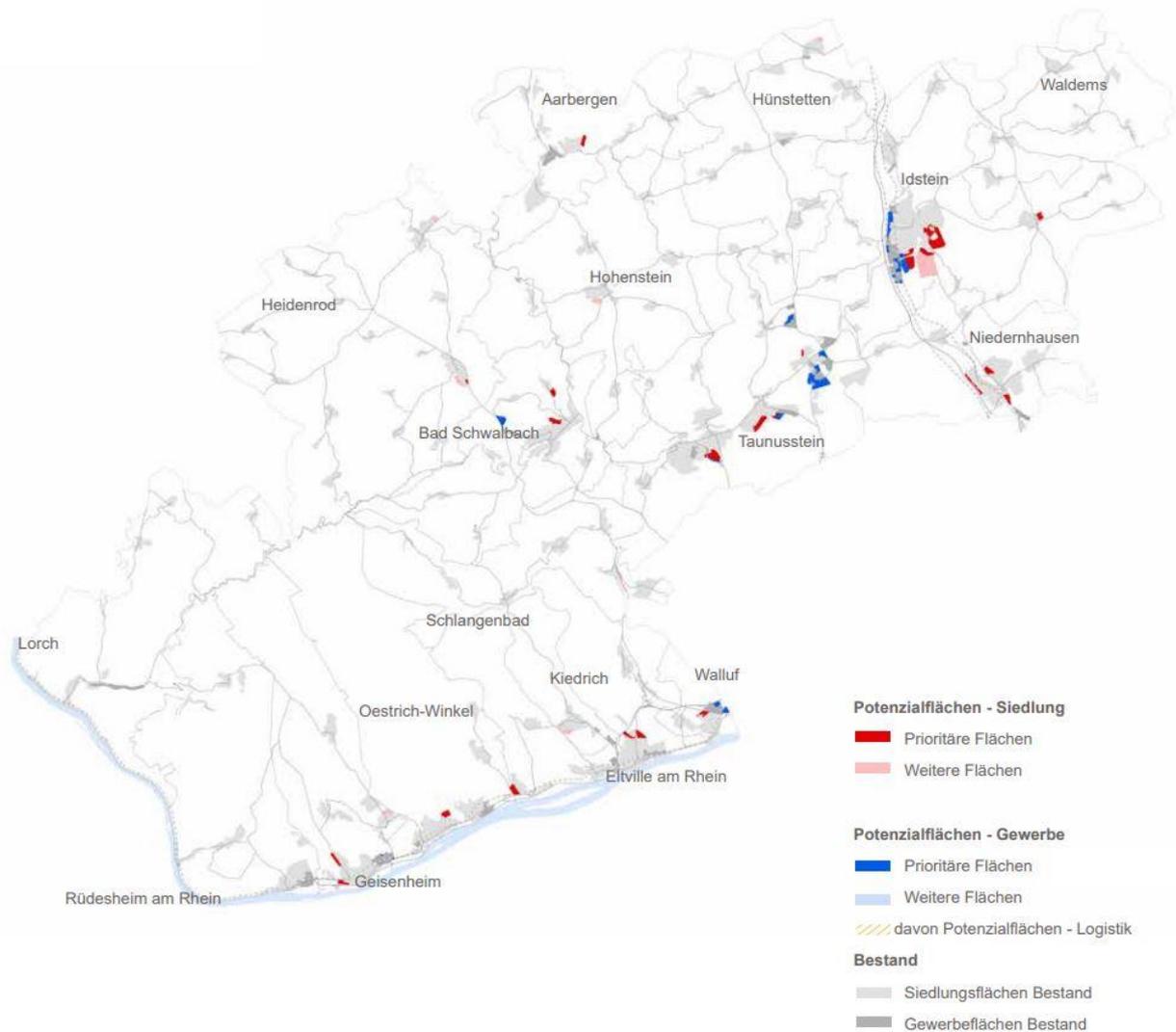
Die Ursachen für die geringen Flächenausweisungen sind lokal sehr unterschiedlich, es gibt aber drei Gründe, die mehrfach genannt werden:

1. Ein Grund ist die Flächenkonkurrenz von Wohnen und Gewerbe. Ein Aspekt dabei ist die Flächenproduktivität: Wenn Wohnbauflächen ausgewiesen werden, dann können

diese nach der Erschließung zu weit höheren Preisen veräußert werden als Gewerbeflächen. Preise für Wohnbauflächen liegen im Rheingau-Taunus-Kreis nicht selten bei 500 €/m<sup>2</sup>, wohingegen Gewerbeflächen für ein Fünftel dieses Preises gehandelt werden.

2. Ein zweiter Aspekt ist die Akzeptanz. Ein Wohngebiet in der Nähe bestehender Wohnbebauung wird weit eher akzeptiert als ein womöglich Lärm emittierendes und mit Wirtschaftsverkehr verbundenes Gewerbegebiet.
3. Vielen Kommunen fehlen aber auch die Flächen oder es entsteht eine Konkurrenz zu anderen Wirtschaftszweigen wie dem Tourismus. Besonders problematisch ist die Verfügbarkeit, wenn die geplante Gewerbefläche nicht im Eigentum der Stadt- oder Gemeinde ist, sondern einer Vielzahl von anderen Eigentümern gehört.

Bei der Ausweisung von Gewerbeflächen sind die Kommunen nicht frei, sie sind an die Ziele der Regionalplanung gebunden. Zuletzt hat sich das Regionale Entwicklungskonzept für Südhessen mit der Frage der Ausweisung von Gewerbeflächen befasst. Im Konzept gibt es nur noch wenige zusätzliche Potenzialflächen für Gewerbegebiete.



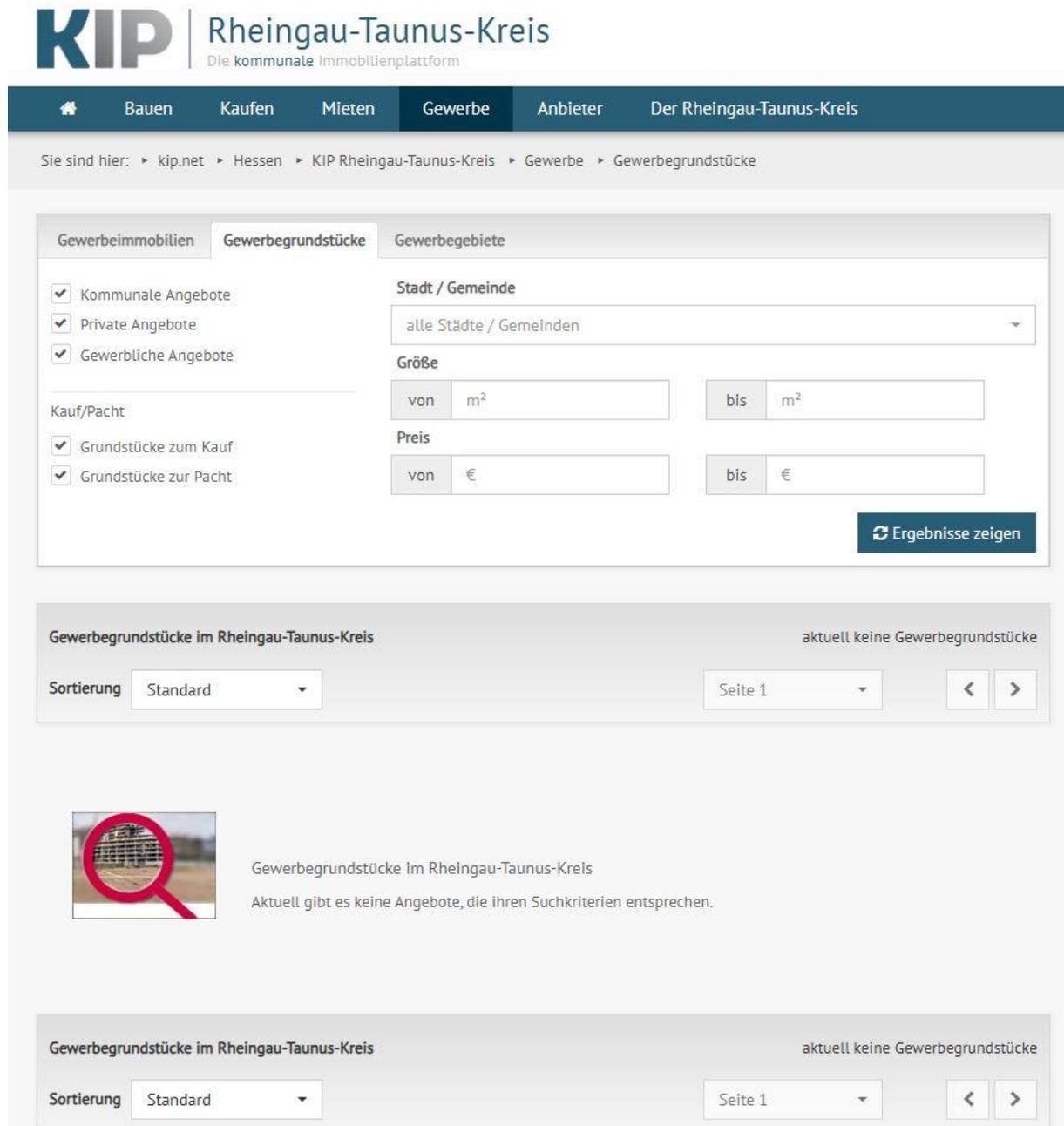
**Abbildung 3: Auszug aus dem Regionalen Entwicklungskonzept Südhessen**

Quelle: [rp-darmstadt.hessen.de/sites/rp-darmstadt.hessen.de/files/2022-05/regionales\\_entwicklungskonzept.pdf](http://rp-darmstadt.hessen.de/sites/rp-darmstadt.hessen.de/files/2022-05/regionales_entwicklungskonzept.pdf)

Wie die Karte zeigt, sind nur noch im Osten von Walluf, in Taunusstein-Neuhof und Taunusstein-Orlen sowie im Süden von Idstein Potenzialflächen vorhanden. Die dargestellte Fläche in Bad Schwalbach ist bereits entwickelt. In allen anderen Orten des Rheingau-Taunus-Kreises stellt das Regionale Entwicklungskonzept keine Potentialflächen dar. Das Regionale Entwicklungskonzept sieht die Entwicklungsmöglichkeiten eher in der Innenentwicklung und in der Entwicklung von Flächen, die bisher schon im Regionalplan ausgewiesen, aber noch nicht genutzt sind.

Zum Mangel an Gewerbeflächen kommt das Problem, dass vorhandene Gewerbeflächen zwar in den Kommunen bekannt sind, aber für Unternehmen nicht zu finden sind. Die vorhandenen Portale, wie beispielsweise das KIP-Portal Hessen (Kommunale Immobilienplattform), weisen

für den Rheingau-Taunus-Kreis (<https://www.kip.net/hessen/rheingau-taunus-kreis>) bei Immobilien wenig Treffer und bei Gewerbegebieten keine Treffer auf.



**KIP** | Rheingau-Taunus-Kreis  
Die kommunale Immobilienplattform

Bauen Kaufen Mieten **Gewerbe** Anbieter Der Rheingau-Taunus-Kreis

Sie sind hier: ▶ kip.net ▶ Hessen ▶ KIP Rheingau-Taunus-Kreis ▶ Gewerbe ▶ Gewerbegrundstücke

Gewerbeimmobilien **Gewerbegrundstücke** Gewerbegebiete

Kommunale Angebote  
 Private Angebote  
 Gewerbliche Angebote

Kauf/Pacht  
 Grundstücke zum Kauf  
 Grundstücke zur Pacht

Stadt / Gemeinde  
alle Städte / Gemeinden

Größe  
von m<sup>2</sup> bis m<sup>2</sup>

Preis  
von € bis €

Ergebnisse zeigen

Gewerbegrundstücke im Rheingau-Taunus-Kreis aktuell keine Gewerbegrundstücke

Sortierung Standard Seite 1 < >

 Gewerbegrundstücke im Rheingau-Taunus-Kreis  
Aktuell gibt es keine Angebote, die ihren Suchkriterien entsprechen.

Gewerbegrundstücke im Rheingau-Taunus-Kreis aktuell keine Gewerbegrundstücke

Sortierung Standard Seite 1 < >

**Abbildung 4: Portalauszug KIP Rheingau-Taunus-Kreis**

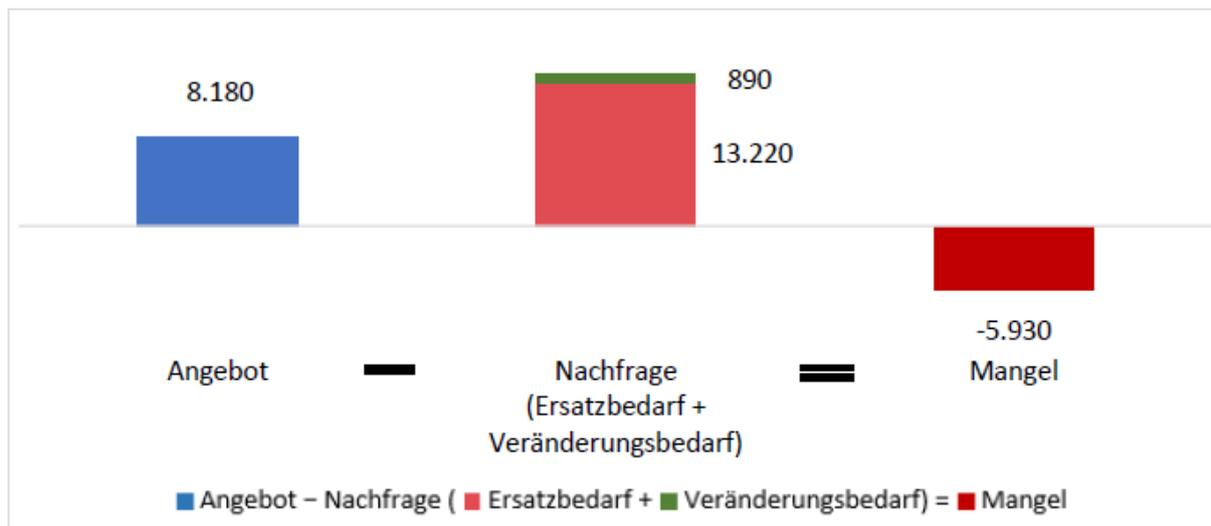
Quelle: <https://www.kip.net/hessen/rheingau-taunus-kreis/gewerbe/gewerbegrundstuecke#grundstuecke>

### 3.3 FACHKRÄFTEBEDARF UND ARBEITSMARKT

#### Fachkräftebedarf

Das IWAK - Institut für Wirtschaft, Arbeit und Kultur an der Goethe Universität stellt im Rahmen der Hessischen Fachkräfteinitiative „Zukunftsgerecht und Regional“, Daten zur Fachkräfteentwicklung zur Verfügung. Von 2023 bis 2030 wird für den Rheingau-Taunus-Kreis ein weiter steigender Fachkräftemangel prognostiziert.

Gegenüberstellung von Fachkräftebedarf und -angebot im Rheingau-Taunus-Kreis zwischen 2023 und 2030

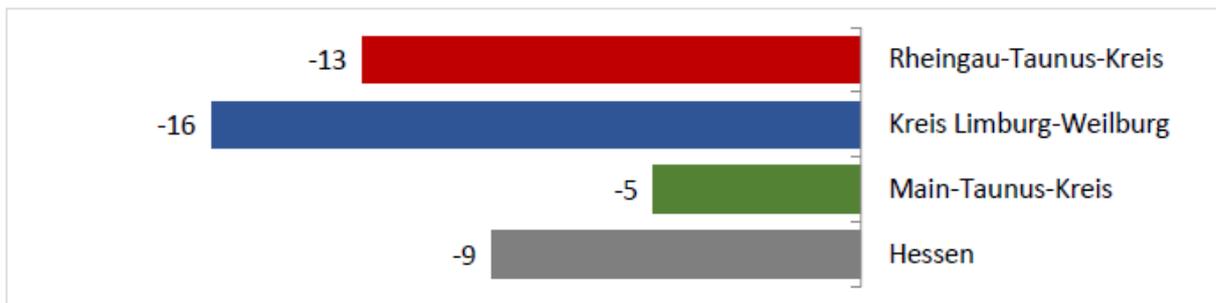


**Abbildung 5: Fachkräftebedarf und Fachkräftenachfrage**

Dabei sind besonders zwei Trends festzustellen:

- Das Angebot deckt nicht mehr die Nachfrage
- Angebot und Nachfrage stimmen oft nicht überein

Ergänzend dargestellt ist die Größe der Fachkräftelücke zwischen 2023 und 2030 im Rheingau-Taunus-Kreis und ausgewählten Vergleichsregionen jeweils als Anteil der beschäftigten Fachkräfte im Jahr 2023 (in Prozent).



**Abbildung 6: Fachkräftelücke im regionalen Vergleich**

### Arbeitsmarkt

Nach den Zahlen der Bundesagentur für Arbeit für den Berichtsmonat Januar 2025 blieb die Arbeitslosenquote bei 5,1 % gegenüber dem Vormonat gleich. In absoluten Zahlen bedeutet dies einen Rückgang um 56 und damit 1,1 % auf 5.170. Die Arbeitsmarktsituation stellt sich allerdings besser dar als im Landesdurchschnitt. Hier liegt die Quote bei 5,8 %. 41,8 % der Erwerbslosen sind bereits seit mindestens einem Jahr ohne Arbeit. Die Zahl dieser sogenannten Langzeitarbeitslosen erhöhte sich gegenüber dem Vormonat um 20 oder 0,9 % auf insgesamt 2.163 Personen.

Im Vergleich zum April des Vorjahres lag die Arbeitslosigkeit im Rheingau-Taunus-Kreis um 87 Personen höher. Das entspricht einem Anstieg um 1,7 %. Die Arbeitslosenquote blieb allerdings unverändert. Vor einem Jahr lag diese ebenfalls bei 5,1 %.

Junge Menschen sind im Rheingau-Taunus-Kreis häufiger von Arbeitslosigkeit betroffen als der Durchschnitt im Agenturbezirk. Für unter 25-Jährige weist die Bundesagentur für Arbeit eine Arbeitslosenquote von 5,5 % aus. Ihre Quote liegt damit 0,3 Prozentpunkte über dem Durchschnitt. Dagegen sind ältere Menschen seltener arbeitslos, 15 bis unter 65-Jährige hatten eine Arbeitslosenquote von 4,8 %.

Von den 5.170 Arbeitslosen im Rheingau-Taunus-Kreis beziehen 3.498 Bürgergeld. Das entspricht einem Anteil von 67,7 % an allen Arbeitslosen.

### 3.4 BRUTTOINLANDSPRODUKT UND KAUFKRAFT

Festzustellen ist, dass das Bruttoinlandsprodukt je Einwohner im Rheingau-Taunus-Kreis geringer ist als in den benachbarten Kreisen und im Durchschnitt des Bundeslandes Hessen. Das Bruttoinlandsprodukt je Einwohner / Einwohnerin im Rheingau-Taunus-Kreis ist zudem nur von einer geringen Steigerung geprägt und befindet sich eher in einem Prozess der Stagnation.

## Bruttoinlandsprodukt (BIP) je Einwohnerin bzw. Einwohner 2021 und 2022

	BIP je Einwohner/-in		Messzahlen (Landeswert = 100)	
	2021	2022	2021	2022
<b>Hessen</b>	<b>48 654</b>	<b>51 368</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
Darmstadt, Regierungsbezirk	54 715	57 536	112,5	112,0
Wiesbaden, Landeshauptstadt	70 964	73 877	145,9	143,8
Hochtaunuskreis	49 718	52 441	102,2	102,1
Main-Taunus-Kreis	60 433	63 472	124,2	123,6
Rheingau-Taunus-Kreis	26 151	27 097	53,7	52,8

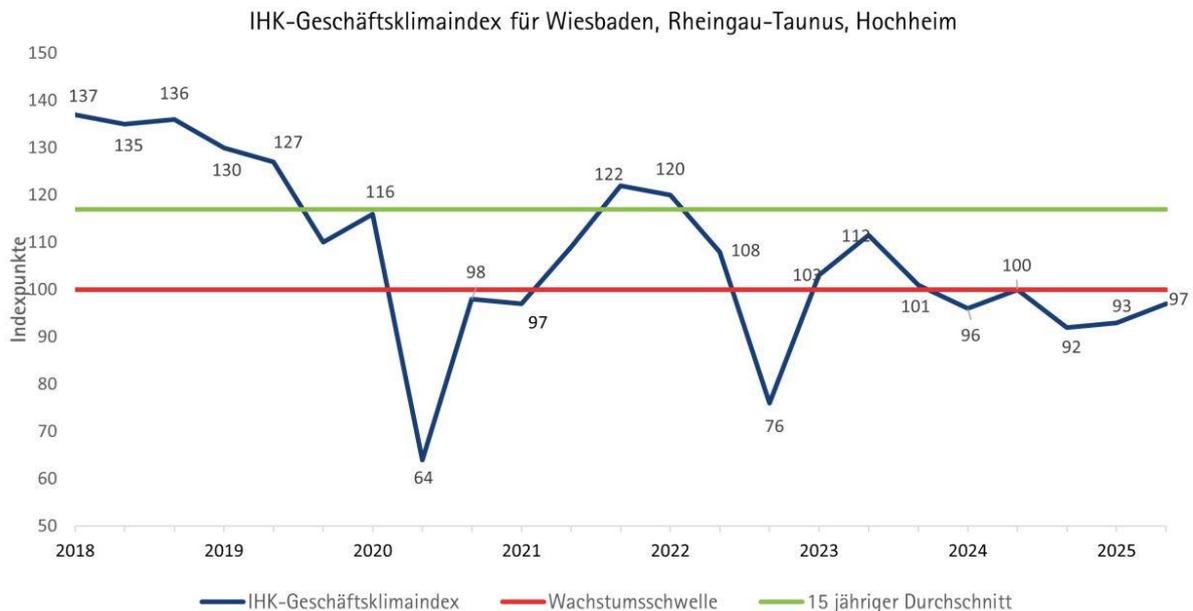
Quelle: Hessische Kreiszahlen 2024, Hessisches Statistisches Landesamt

Die Kaufkraft des Gesamtkreises liegt mit rund 113 % über dem Bundesdurchschnitt. Ein Kaufkraftgefälle besteht allerdings zwischen dem ländlichen Nordwestteil des Kreises und den Städten und Gemeinden an der Grenze zur Landeshauptstadt Wiesbaden. Die höchste Kaufkraft zwischen 30.000 und 36.000 € je Einwohner haben Eltville, Walluf, Idstein, Niedernhausen, Schlangenbad, Hünstetten und Kiedrich (IHK Wiesbaden, Kaufkraft 2024).

### 3.5 GESCHÄFTSKLIMAINDEX UND KONJUNKTURBERICHT

Der Geschäftsklimaindex wird regelmäßig von der Industrie- und Handelskammer (IHK) Wiesbaden in ihrer Konjunkturumfrage erhoben und trifft eine Aussage über den konjunkturellen Gesamtzustand der regionalen Wirtschaft.

Der Index, der die Bewertung der aktuellen wirtschaftlichen Lage und die Erwartungen der Unternehmen bündelt, rutschte seit Frühjahr 2024 von 100 auf 93 Punkte Anfang 2025 ab und stieg zuletzt leicht auf 97 Punkte. Er verharrt aber weiter unter der Wachstumsschwelle.



**Abbildung 7: IHK-Geschäftsklimaindex**

Es ist bemerkenswert, dass sich die hessische Landeshauptstadt Wiesbaden und der Rheingau-Taunus-Kreis in der Vergangenheit noch über dem hessischen Durchschnitt bewegten. Vor einem Jahr war die hiesige Wirtschaft noch mit 10 Punkten der hessischen voraus, nun sind es noch zwei Zähler.

Der aktuelle IHK-Konjunkturbericht vom Mai 2025 bestätigt, dass die Wirtschaft im Kammerbezirk unter immenssem Druck steht. Die IHK fasst die zentrale Ergebnisse des Konjunkturberichtes wie folgt zusammen:

- „Die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen sorgen bei 69 Prozent der Unternehmen für erhebliche Sorgen – der globale Zollkonflikt hat sich dabei sogar nur teilweise in der aktuellen Befragung niedergeschlagen.
- Die Erwartungen der Betriebe bleiben mehrheitlich negativ, insbesondere was Investitionen und Beschäftigung angeht.
- Der Einzelhandel ist besonders unter Druck: Fast die Hälfte der Händler bewerten ihre aktuelle Situation negativ, 50 Prozent sehen sich in einer schwierigen Finanzlage.
- Die Dienstleistungsbranche liegt mit einem Geschäftsklimaindex von 104 Punkten weiterhin über der Wachstumsschwelle – als einzige Branche.
- Die Situation der Industrie hat sich immerhin verbessert, sie liegt nun bei einem Indexwert von 91“ (<https://www.ihk.de/wiesbaden/wirtschaftspolitik/wirtschaftsstatistik/konjunktur/konjunkturbericht-1255428>).

### 3.6 VERGLEICH MIT ANDEREN IM REGIONEN-RANKING

Neben der Darstellung der Situation im Kreis, gibt der Vergleich mit anderen Regionen Aufschluss darüber, wie die wirtschaftliche Situation und die Zukunftsfähigkeit des Kreises einzuordnen ist. Im Folgenden ist die Einstufung des Rheingau-Taunus-Kreises anhand des Zukunftsatlas der Prognos AG und des Regionalrankings von IW Consult dargestellt.

Im Zukunftsatlas der Prognos AG werden Bewertungen anhand von 29 sozio- und makroökonomischen Indikatoren zu Demografie, Arbeitsmarkt, Wettbewerb und Innovation sowie Wohlstand und soziale Lage für alle 400 Regionen (Landkreise) in Deutschland vorgenommen. Es werden die wirtschaftliche Struktur und die Rahmenbedingungen gemeinsam betrachtet.

Die Entwicklung im Rheingau-Taunus-Kreis zeigt eine positive Entwicklung im Gesamtranking:

- 2016: Rang 164
- 2019: Rang 140
- 2022: Rang 128.

In einer Sonderauswertung für den Rheingau-Taunus-Kreis wurde analysiert, dass die Kompetenzen des Kreises in den Zukunftsbranchen liegen. Von rund 47.000 Beschäftigten arbeiten 21.300 in den unternehmensnahen Dienstleistungen, der Gesundheitswirtschaft, im Bausektor, im Maschinenbau und in der Herstellung von EDV-Geräten. Mit dieser Quote von rund 45 Prozent ist der Rheingau-Taunus-Kreis für die Zukunft bereits sehr gut aufgestellt.

In einer weiteren Sonderauswertung des Institutes der deutschen Wirtschaft - IW Consult Regionalranking 2024 für den Rheingau-Taunus-Kreis wurde im Niveau-, wie auch im Dynamikvergleich eine sehr positive Entwicklung der Wirtschaftsstruktur festgestellt.

Der Kreis ist gefestigt im Niveau, zeigt aber Schwächen in der Dynamik. Im Niveauvergleich, der den jeweils aktuellen Zustand wiedergibt, stieg der Rheingau-Taunus-Kreis im Vergleich aller 294 deutschen Landkreise und 106 kreisfreien Städte leicht um zwei Ränge von 130 (2019) auf Rang 128 nach oben. Im Dynamikvergleich, der die Entwicklungsgeschwindigkeit gegenüber den Vorjahren beleuchtet, erfolgte allerdings ein Rückgang von Rang 129 auf Rang 192.

Dabei sind Niveau und Dynamik mit den jeweiligen Indikatoren sehr unterschiedlich zu betrachten. Bei der Analyse der Wirtschaftsstruktur im Niveau, mit Indikatoren wie Gewerbesaldo, gemeindliche Steuerkraft, Gewerbesteuerhebesätze, wissensintensive Dienstleistungen ist eine sehr positive Entwicklung von Rang 200 –auf Rang 139 in Deutschland festzuhalten. Im Dynamikvergleich kann die sehr positive Entwicklung der Wirtschaftsstruktur von Rang 178 auf

Rang 45, bei der besonders der Saldo der An- und Abmeldungen von Gewerbebetrieben eine große Rolle spielt (Aufstieg um 191 Plätze auf Rang 167) festgehalten werden.

IW Regionalranking RTK	Rang 2022		Rang 2024	
Niveauvergleich Gesamt	130		128	
- Wirtschaftsstruktur	200		139	
- Arbeitsmarkt	205		212	
- Lebensqualität	58		86	
Dynamikvergleich Gesamt	129		192	
- Wirtschaftsstruktur	178		45	
- Arbeitsmarkt	227		272	
- Lebensqualität	105		275	

Der Bereich Arbeitsmarkt (Rang 272 – 2024) leidet besonders unter dem schlechter gewordenen Indikator Altersquotient (Verhältnis der 20- bis unter 60-Jährigen zu den ab 60-Jährigen: Rang 321 - 2024) und der geringen Beschäftigungsrate von Frauen (Anteil der weiblichen SVB am Wohnort an den erwerbsfähigen weiblichen Einwohnern: Rang 297). Der Anteil der hochqualifizierten Beschäftigten (Anteil der SVB mit Fachhochschul- oder Hochschulabschluss an allen SVB (AO) in Prozent) liegt dagegen auf Rang 75.

Bei der Lebensqualität (Rang 275 – 2024) führen die Indikatoren Wanderungssaldo der 25-30-Jährigen (Wanderungssaldo (Differenz zwischen Zu- und Fortzügen) je 1.000 Einwohner der Altersgruppe: Rang 337 - 2024), die Baugenehmigungen (Errichtung von Wohnungen in Wohn- und Nichtwohngebäuden je 1.000 Wohnungen des Bestandes in Wohn- und Nichtwohngebäuden: Rang 309) und die Private Überschuldung (Anteil der privat Überschuldeten an Einwohnern über 18 Jahre in Prozent: Rang 268) zum verschlechterten Gesamtrangplatz.

### Wesentliche Fakten zur Wirtschaftsstruktur auf einen Blick:

- 1 % Land- und Forstwirtschaft, 25 % Produktion, 74 % Dienstleistungen
- 8.000 Umsatzsteuerpflichtige Unternehmen
- 46.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort
- Gewerbeflächenmangel
- geringe Arbeitslosenquote mit rund 5%
- Fachkräftemangel bis 2030 ca. 6000 Personen
- BIP eher unterdurchschnittlich (unter 30.000 € je Einwohner)
- Sinkender Geschäftsklimaindex (kleiner 100)
- 113 Kaufkraftindex (D=100)
- 811,5 km<sup>2</sup> Fläche
- 190.000 Einwohner (66.500 Rheingau, 123.500 Untertaunus)
- 234 EW/km<sup>2</sup> Bevölkerungsdichte
- 7.900 Durchschnittliches Bettenangebot Tourismus (2022)
- 963.000 Gästeübernachtungen (2022)

### 3.7 STANDORTBEDINGUNGEN

In den Workshops mit den verschiedenen Partnern wurde auch an der Frage gearbeitet, welche Standortvorteile und Standortnachteile der Rheingau-Taunus aufweist. Das folgende Kapitel gibt einen Überblick über die häufig genannten Vor- und Nachteile.

### 3.7.1 STANDORTVORTEILE

#### **Lage**

Der Rheingau-Taunus-Kreis ist Teil der Metropolregion FrankfurtRheinMain und eine engmaschige Verkehrsinfrastruktur mit sehr guten Anbindungen an das Rhein-Main-Gebiet machen den Rheingau-Taunus-Kreis gut erreichbar.

#### **Bildungseinrichtungen**

Weiterer wesentlicher Standortvorteil ist die ausgeprägte Bildungslandschaft mit drei Hochschulen und allen weiteren Schultypen im Kreis.

Die beruflichen Schulen im Rheingau (BSR) in Geisenheim und Untertaunus (BSU) in Taunusstein haben jeweils knapp 1.000 Schülerinnen und Schüler und bieten ein umfangreiches Bildungsangebot unter anderem mit Fachschule, Fachoberschule und Berufsschule. Schwerpunkte im Rheingau liegen unter anderem in den Bereichen Büromanagement, Einzelhandel, Fruchtsafttechnik, Gastronomie, Verkehr, Transport und Logistik sowie dem Weinbau. Schwerpunkte im Untertaunus sind Ernährung und Gastronomie, Gesundheit, Mechatronik sowie Wirtschaft und Verwaltung. Die Volkshochschule mit ihren Studien-, Aus- und Weiterbildungsangeboten komplettiert das Bildungsangebot im Rheingau-Taunus-Kreis.

#### **Überblick über das Bildungsangebot:**

- European Business School, Oestrich-Winkel ([www.ebs.edu](http://www.ebs.edu))
- Hochschule Fresenius - University of applied sciences, Idstein ([www.hs-fresenius.de](http://www.hs-fresenius.de))
- Hochschule Geisenheim University ([www.hs-geisenheim.de](http://www.hs-geisenheim.de))
- vhs Rheingau-Taunus e. V., Taunusstein - Idstein - Geisenheim ([www.vhs-rtk.de](http://www.vhs-rtk.de))
- Weiterführende Schulen: öffentlich und privat
- Berufliche Schulen Rheingau und Untertaunus ([www.bsr-geisenheim.de](http://www.bsr-geisenheim.de); <https://bsutaunus.de>)

#### **Hohe Lebensqualität**

Durch die Lage in einer Mittelgebirgslandschaft im Osten und am Rhein im Westen ist der Rheingau-Taunus-Kreis landschaftlich attraktiv. Die Bewohner des Kreises profitieren von den

vielfältigen Angeboten im Tourismus und in der Naherholung. Gleichzeitig sind drei Großstädte Frankfurt, Wiesbaden und Mainz mit allen ihren Angeboten innerhalb kürzester Zeit erreichbar.

Wie oben beschrieben, können Bildungsangebote von der Grundschule bis zur Hochschule genutzt werden und auch das Angebot in der medizinischen Versorgung reicht von der Hausarztpraxis bis zum Krankenhaus. Hinzu kommt, dass die Kaufkraft höher ist als in den meisten anderen Regionen Deutschlands.

---

### 3.7.2 STANDORTNACHTEILE

Die Standortnachteile liegen unter anderem

- im Bereich öffentliche Mobilität,
- in Konkurrenz um die Fachkräfte mit benachbarten Regionen,
- den hohen Kosten für Wohnen und Immobilien,
- den teilweise fehlenden oder zu kurzen Kinderbetreuungszeiten,
- der Wahrnehmung der Wirtschaft als Störfaktor.

#### **Öffentliche Mobilität**

Nur der östliche Kreisteil und das Siedlungsband am Rhein verfügen über eine Schienenanbindung. Im zentralen Kreisteil gibt es keine Schienenanbindung und die Verkehrsleistungen im öffentlichen Verkehr müssen mit Busverbindungen erbracht werden. Daraus ergibt sich eine strukturelle Benachteiligung des zentralen Kreisteils, denn die verkehrliche Qualität einer Busverbindung ist weit geringer als eine Bahnanbindung mit höherer Taktung.

#### **Wettbewerb um Fachkräfte und Pendleraufkommen**

Die Nähe zum zentraleren Rhein-Main-Gebiet führt einer räumlichen Konkurrenz um Fachkräfte. Täglich pendeln mehr als 35.000 Menschen aus dem Kreis. Die meisten Pendler steuern Wiesbaden an (ca. 18.000 Personen). Mehr als 7.000 Personen pendeln nach Frankfurt am Main. [https://www.rheingau-taunus.de/fileadmin/forms/kreisentwicklung/Mobilitaet/mobilitaetskonzept\\_rtk\\_2021.pdf](https://www.rheingau-taunus.de/fileadmin/forms/kreisentwicklung/Mobilitaet/mobilitaetskonzept_rtk_2021.pdf).

#### **Wohnkosten und Immobilienpreise**

Die Wohnkosten und Immobilienpreise im Rheingau-Taunus-Kreis variieren stark nach Lage. Im oberen Rheingau oder im östlichen Kreisgebiet liegen diese oft über dem bundesdeutschen

Durchschnitt. Im Nordwesten oder Westen des Kreisgebiet sind sie dagegen wesentlich günstiger. Insgesamt gab es in den letzten Jahren einen Anstieg der Immobilienpreise, was unter anderem auch mit der hohen Nachfrage und dem begrenzten Angebot zusammenhängt. Das macht es für Fachkräfte mit mittleren und niedrigen Einkommen schwierig, eine bezahlbare Wohnung in angemessener Entfernung zum Arbeitsort zu finden.

### **Kinderbetreuung**

Im Kreisgebiet gibt es eine Vielzahl von Angeboten. Kindertagesstätten mit verschiedenen Betreuungsformen für die Kleinsten (0-3 Jahre), Vorschulkinder (3-6 Jahre), Horte für Schulkinder und die Kindertagespflege. Es ist aber nicht in jeder Kommune des Kreises eine bedarfsgerechte Versorgung möglich. Hinzu kommt das Problem der eingeschränkten Öffnungszeiten, das zum einen noch aus der Coronazeit stammt und zum anderen dem Fachkräftemangel an Betreuungskräften geschuldet ist. Öffnungszeiten von weniger als 10 Stunden am Tag machen es pendelnden Eltern oder Alleinerziehenden nahezu unmöglich, einer Vollzeitbeschäftigung nachzugehen.

### **Wirtschaft wird als störend wahrgenommen**

Im Exzellenzboard mit den Unternehmern wurde berichtet, dass Unternehmen zunehmend von der Bevölkerung als störend wahrgenommen werden. Es wurde beobachtet, dass bei vielen Einwohnern Unternehmen nicht mehr als Basis für eine finanzielle Leistungsfähigkeit der Region und als Anbieter von Beschäftigungsmöglichkeiten gesehen werden. Vielmehr werden sie als Erzeuger von zusätzlichem Verkehr oder von Lärm beurteilt.

## **3.8 GEGENÜBERSTELLUNG VON STÄRKEN UND SCHWÄCHEN**

Im Folgenden werden auf der Basis der in der Bestandsaufnahme und -analyse aufgeführten Daten und Informationen die Stärken und Schwächen der Region zusammengefasst:

<u>Stärken des Rheingau-Taunus-Kreises</u>
1. gute geografische Lage als Teil der Metropolregion Frankfurt RheinMain
2. guter Status-quo der Wirtschaft (Ranking Platz 128 von 400)
3. hohe Lebensqualität
4. ausgewogener Branchenmix
5. keine Abhängigkeit von Einzelunternehmen
6. geringe Arbeitslosenquote
7. ausgeprägte Bildungslandschaft
8. Gründungsquote überdurchschnittlich
9. hohe Kaufkraft

#### Schwächen des Rheingau-Taunus-Kreises

1. vergleichsweise geringes BIP
2. Dynamik der Wirtschaft lässt nach (Platz 192 von 400)
3. Geschäftsklimaindex unter der Wachstumsschwelle
4. großer und steigender Fachkräftemangel
5. großer Wettbewerb um Fachkräfte mit benachbarten Großstädten
6. fehlende Gewerbeflächen
7. hohe Wohnkosten und Immobilienpreise
8. Defizite in der Kinderbetreuung
9. Öffentlicher Verkehr ist ausbaufähig
10. Image der Wirtschaft nicht bei allen Einwohnern positiv

## 4 HEUTIGE WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG UND NETZWERKPARTNER

### 4.1 ORGANISATION UND AUFGABEN

Die Aufgabe der Wirtschaftsförderung ist grundsätzlich als „freiwillige Aufgabe“ der kommunalen Selbstverwaltung eingestuft.

Es gibt keine rechtlichen Vorschriften oder Vorgaben, in welcher Form Städte, Gemeinden und Kreise ihre kommunale Wirtschaftsförderung ausführen können oder sollen. Sie erfolgt auf freiwilliger Basis, selbstständig und eigenverantwortlich. In Abhängigkeit von den jeweiligen Rahmenbedingungen variiert die Organisation hinsichtlich Größe, Struktur, Leistungsspektrum sowie finanzieller und personeller Ausstattung.

#### **Organisation der Wirtschaftsförderung im Rheingau-Taunus-Kreis**

Die kommunalen Wirtschaftsförderungen im Kreisgebiet sind sehr heterogen aufgestellt. In den kleineren Kommunen im Untertaunus gibt es oft keine eigene Stelle in den Rathäusern. Die Aufgaben der Wirtschaftsförderung werden im Bauamt, im Ordnungsamt oder vom Bürgermeister selbst wahrgenommen.

Über eine größere Personalkapazität verfügt die Stadt Taunusstein. In der STATA GmbH, die als Gesellschaft für Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing gegründet wurde, sind drei Personen tätig. In der Stadt Idstein sind im Referat für Wirtschaftsentwicklung, Stadtmarketing und Kultur, das Teil der Stadtverwaltung ist, mehrere Personen in der Wirtschaftsförderung aktiv.

Im Rheingau ist die Wirtschaftsförderung in der Stadt Eltville als Stabsstelle direkt dem Bürgermeister zugeordnet. Oestrich-Winkel und Eltville arbeiten interkommunal zusammen. In den weiteren Kommunen im Rheingau werden die Tätigkeiten entweder als eigene Stelle oder in Personalunion mit anderen Tätigkeiten wahrgenommen.

Die Wirtschaftsförderung des Kreises als Teil des Fachdienstes Kreisentwicklung, Wirtschaftsförderung, Kreisstraßen ist aktuell mit einer Stelle (1 VZÄ) ausgestattet, die originär der Wirtschaftsförderung dient. In diesem Stellenumfang ist auch das Thema Breitbandausbau und Schaffung von digitalen Infrastrukturen enthalten. Da die Aufgaben und Projekte in den letzten Jahren immer weiter zugenommen haben, wurden Aufgaben im Fachdienst neu verteilt. So können zusätzlich Aufgaben mit einem Umfang von ca. 50% von einer weiteren Person im Fachdienst wahrgenommen werden. Dazu gehören der Mobilfunkausbau, die Organisation des Wirtschaftsdialogs und Projekte zum Thema Fachkräftesicherung. In Summe stehen damit Personalkapazitäten von rund 1,5 Stellen zur Verfügung.

### **Aktuelle Aktivitäten der Wirtschaftsförderung im Kreis**

Die Wirtschaftsförderung des Kreises ist auch bisher in vielen Projekten und Themen aktiv. Auch bisher wurde an den Handlungsfeldern:

- Bestandspflege von Unternehmen,
- Neuansiedlung,
- Gründungsförderung,
- Fachkräftesicherung,
- Stärkung regionaler Wertschöpfungsketten,
- Mobilitätsmanagement und
- Schaffung digitaler Infrastruktur

gearbeitet. Ein Auszug der bisherigen und aktuellen Aktivitäten und Aufgaben sind im Folgenden dargestellt. Eine umfangreichere Übersicht der bisherigen Themen der Wirtschaftsförderung ist in Anlage 1 zu finden.

<b>Tätigkeitsfeld</b>	<b>Beispiele für Aktivitäten der Wirtschaftsförderung</b>
<b>Pflege der bestehenden Unternehmen</b>	Veranstaltungsreihe Wirtschaftsdialog Vermittlung von Beratungsleistungen zur Unternehmensnachfolge
<b>Neuansiedlung von Unternehmen</b>	Bearbeitung von Standortanfragen Entwicklung von Kommunikationsmitteln z.B. Imagebroschüre des Kreises oder Ausbildungsbroschüre
<b>Gründungsförderung</b>	Zusammenarbeit mit den lokalen Gründerzentren und Gründungsinitiativen Vermittlung von Beratungsleistungen für Existenzgründer
<b>Fachkräftesicherung</b>	Organisation der Praktikumswoche Organisation von Jobmessen
<b>Schaffung digitaler Infrastruktur</b>	Einwerben von Fördermitteln für die digitale Infrastruktur im Kreis Projekte zur Ergänzung des Mobilfunknetzes

Die vorliegende Strategie soll die Weichen für die Neuausrichtung der Wirtschaftsförderung stellen. Das bedeutet aber nicht, dass die schon vorhandenen Maßnahmen und Projekte aufgegeben werden sollen. Sie tragen dazu bei, den Standort zu entwickeln und Probleme von Unternehmen zu lösen. Es wird auf die vorhandenen Maßnahmen und Projekte aufgebaut, und sie sollen so ergänzt und modifiziert werden, dass sie dazu dienen, die Ziele der Strategie zu erreichen.

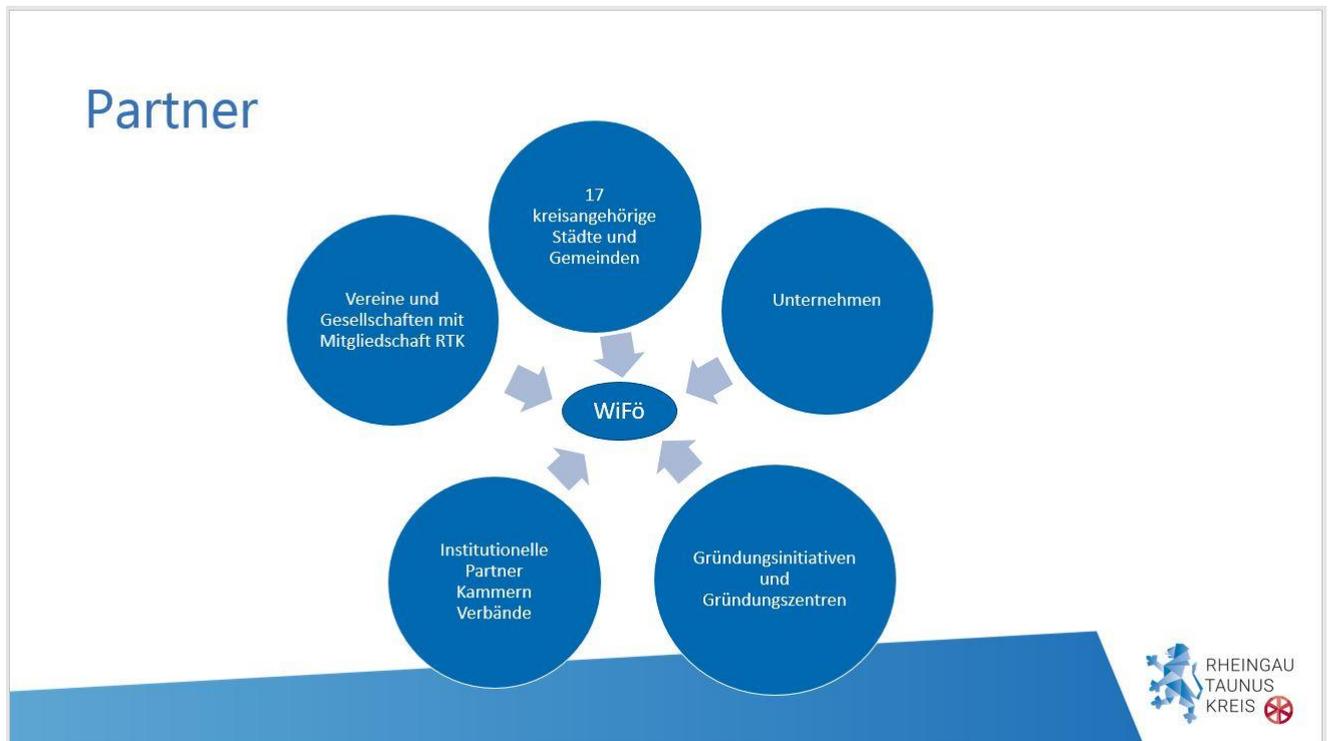
## 4.2 PARTNER DER WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG

Die Wirtschaftsförderung des Kreises verfügt über ein umfassendes Netzwerk mit mehr als 100 Partnern, um Projekte zu initiieren, Beratungsleistungen zu vermitteln und Angebote für die Zielgruppen der Wirtschaftsförderung zu machen. Die Wirtschaftsförderung kann und muss daher nicht alle Leistungen selbst anbieten, ist aber ein wichtiger Netzwerkknoten.

Das Netzwerk der Wirtschaftsförderung kann in folgende Gruppen gegliedert werden:

- Vereine oder Gesellschaften, in denen der Rheingau-Taunus-Kreis Mitglied oder Gesellschafter ist,
- Kammern und Verbände,
- weitere institutionelle Partner,
- Beteiligungsgesellschaften des Kreises,
- Gründerzentren und Gründungsinitiativen,

- die 17 Wirtschaftsförderungen der kreisangehörigen Kommunen
- Unternehmerinnen und Unternehmer.



**Abbildung 8: Stakeholder der Wirtschaftsförderung**

Darüber hinaus gibt es Schnittstellen der Wirtschaftsförderung zu den verschiedenen Fachdiensten in der Kreisverwaltung, z.B. zum Jobcenter, zur Ausländerbehörde oder zur Bauaufsicht.

In den folgenden Tabellen sind die Partner der Wirtschaftsförderung aufgelistet. Die Anlage 2 enthält genauere Angaben zu den einzelnen Stakeholdern und Informationen darüber, an welchen Themen gemeinsam gearbeitet wird.

Vereine und Gesellschaften
FrankfurtRheinMain GmbH (FRM GmbH)
Gigabitregion FrankfurtRheinMain GmbH
ivm GmbH Integriertes Verkehrs- und Mobilitätsmanagement Region Frankfurt Rhein-Main
Fresko e.V.
EXINA GmbH
Berufswege für Frauen e.V.
Taunus Touristik Service TTS

#### Kammern und Verbände

Industrie- und Handelskammer Wiesbaden Rheingau-Taunus
Handwerkskammer Wiesbaden
Kreishandwerkerschaft Wiesbaden-Rheingau-Taunus
Handelsverband Hessen

#### Weitere Institutionelle Partner

Agentur für Arbeit
Hessen Trade und Invest GmbH HTAI
Institut für Wirtschaft, Arbeit und Kultur (IWAK) der Goethe Universität Frankfurt
Bildungseinrichtungen und Hochschulen im Kreis
Verein Wirtschaftspaten e.V.
Wirtschafts- und Infrastrukturbank Hessen (WI Bank)
Bürgerschaftsbank Hessen

#### Gesellschaften des Kreises

RTK Holding GmbH
ProJob Rheingau-Taunus-GmbH
Rheingau-Taunus Kultur- und Tourismus GmbH
Rheingau-Taunus Verkehrsgesellschaft RTV
Volkshochschule Rheingau-Taunus e.V.

#### Gründerzentren und Gründungsinitiativen

Competence Center Entrepreneurship Hochschule Fresenius Idstein
Gründerfabrik Rheingau
Regionales Gründerzentrum und Co-Working Space Taunusstein
Virtuelles Gründerzentrum Zukunft und Entwicklung Heidenrod
Gründerzentrum Eltville
Forum Kiedrich

### 4.3 VORHANDENE KONZEPTE

In Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung des Kreises wurden bereits zahlreiche Konzepte erarbeitet, in denen einzelne Maßnahmen zur Wirtschaftsförderung und zur Verbesserung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen definiert sind. Bei der Umsetzung dieser Maßnahmen ist die Wirtschaftsförderung Partner, aber zumeist nicht federführend. Da die bestehenden Konzepte sich Teilen der Wirtschaft schon sehr vertieft widmen -so wird beispielsweise der Tourismus im Tourismuskonzept intensiv beleuchtet oder Vermarktungsmöglichkeiten für landwirtschaftliche Produkte in den Lokalen Entwicklungsstrategien aufgezeigt- werden diese Themen in dieser Strategie nur überblicksmäßig behandelt. Im Folgenden werden die wichtigsten in den letzten Jahren im Rheingau-Taunus-Kreis entwickelten Konzepte mit Bezug zu Wirtschaft und Kreisentwicklung kurz beschrieben. Eine detailliertere Angabe der Inhalte der jeweiligen Konzepte enthält die Anlage 3.

#### **Lokale Entwicklungsstrategien Taunus und Rheingau 2023**

Die lokalen Entwicklungsstrategien für den Rheingau und den Taunus sind die Grundlage für die Anerkennung als LEADER-Regionen. LEADER ist ein EU-Förderprogramm für die ländliche Entwicklung. Sowohl die Region Taunus als auch die Region Rheingau haben sich 2023 erneut als LEADER-Regionen beworben. Sie sind anerkannt worden und können zusammen Fördermittel in Höhe von rund 6 Mio. € für Projekte der Regionalentwicklung bis zum Jahr 2027 ausreichen. Zu den förderfähigen Maßnahmen zählen auch Projekte im Handlungsfeld Wirtschaft.

#### **Masterplan demografischer Wandel 2023**

Der Masterplan Demografischer Wandel wurde zuerst 2007 für den Rheingau-Taunus-Kreis erarbeitet und Anfang 2023 mit dem Zielhorizont 2030 fortgeschrieben. Er enthält eine Vielzahl von Ideen und Maßnahmen zur Bewältigung des demografischen Wandels. Die bekanntesten Formate, die aus dem Masterplan hervorgegangen sind, sind der Wettbewerb Zukunft Dorfmitte und die Verleihung des Demografiepreises.

#### **Mobilitätskonzept für den Rheingau-Taunus-Kreis 2021**

In den Jahren 2020 und 2021 wurde eine Bestandsaufnahme für alle Verkehrsträger im Rheingau-Taunus-Kreis, den Schienenverkehr, den öffentlichen Personennahverkehr, den Autoverkehr, den Radverkehr und den Wirtschaftsverkehr durchgeführt. Es wurden 80 Maßnahmen zur Verbesserung der Mobilität erarbeitet. Die Maßnahme mit der höchsten Priorität ist die Reaktivierung der Aartalbahn.

#### **Ausbildungs- und Arbeitsmarktstrategie 2019**

Die Ausbildungs- und Arbeitsmarktstrategie wurde 2019 novelliert. In den vier Handlungsfeldern: Ausbildung neu denken und Ausbildung für junge Arbeitslose, Aktivierung von Arbeitslosen und stiller Reserve, Qualifizierung und Nachqualifizierung im Betrieb und Erschließung der Potentiale von Frauen wurden Maßnahmen erarbeitet.

### **Tourismuskonzept 2018**

Das Tourismuskonzept, das 2018 aufgestellt wurde, war die Grundlage für die Neuorganisation des Tourismus im Rheingau-Taunus-Kreis. Der Kreis gehört zu zwei touristischen Destinationen, Wiesbaden Rheingau und Taunus. Im Konzept wurde empfohlen, dass der Taunus sich dem Taunus Touristik Service als Destination zuwendet und der Rheingau weiter durch die Rheingau-Taunus Kultur- und Tourismus GmbH vermarktet wird. Als wichtige Einzelmaßnahme wurde der Aufbau einer Tourismuskoordination im Taunus umgesetzt.

### **Zusammenfassung: Die Wirtschaftsförderung und ihr Netzwerk**

Wirtschaftsförderung ist grundsätzlich eine freiwillige Aufgabe der kommunalen Selbstverwaltung.

Die Wirtschaftsförderung des Rheingau-Taunus-Kreises verfügt über ein umfassendes Netzwerk mit mehr als 100 Partnern.

Die Wirtschaftsförderung ist ein wichtiger Netzwerkknoten.

In zahlreichen Konzepten des Landkreises sind einzelne Maßnahmen zur Wirtschaftsförderung und zur Verbesserung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen definiert:

- Lokale Entwicklungsstrategien Taunus und Rheingau 2023
- Masterplan demografischer Wandel 2023
- Mobilitätskonzept für den Rheingau-Taunus-Kreis 2021
- Ausbildungs- und Arbeitsmarktstrategie 2019
- Tourismuskonzept 2018

## **5 STRATEGISCHE FOKUSSIERUNG**

### **5.1 LEITFRAGEN**

Die vorliegende Strategie soll aufzeigen, in welche Richtung die Wirtschaftsförderung zukünftig gehen soll. Ein weiteres Ziel der Strategie ist es, Impulse für die Weiterentwicklung der Wirtschaft im Kreis zu geben.

Dabei stehen drei Leitfragen im Vordergrund:

- Wie kann die Wirtschaft im Kreis dynamischer wachsen?
- Wie werden die drängendsten Probleme der Unternehmerinnen und Unternehmer sowie der örtlichen Wirtschaftsförderungen und der Stakeholder gelöst?
- Wie wird der Rheingau-Taunus-Kreis zu einem wirtschaftsfreundlichen Landkreis mit wirtschaftsfreundlicher Verwaltung?

Die Antworten auf diese Fragen sollen auf der einen Seite qualitative Verbesserungen mit sich bringen, zum Beispiel eine bessere Zusammenarbeit zwischen den Unternehmen. Auf der anderen Seite soll auch quantitativ etwas erreicht werden:

### **Mehr Wertschöpfung im Kreis**

Daraus könnte positiv folgen, dass mehr Einkommen erzielt werden kann und die öffentlichen Haushalte entlastet werden.

Aus den Gesprächen mit den Partnern und der Analyse der Wirtschaftsstruktur ergeben sich zahlreiche Ansätze für Handlungsmöglichkeiten und Maßnahmen, um eine Antwort auf die oben gestellten Fragen zu geben.

## **5.2 STRATEGISCHE FOKUSSIERUNG**

Gerade bei wenig vorhandenen Ressourcen und Einschränkungen hinsichtlich der personellen Ausstattung und finanziellen Möglichkeiten ist es wesentlich, dass die vorhandenen Ressourcen gebündelt werden und der Fokus auf die wesentlichen Themen gerichtet wird, um schlagkräftig zu agieren. Daher wurden alle im Prozess genannten Probleme und Themen gefiltert, und anhand der Zielsetzung der Strategie die wesentlichen Themen extrahiert. Dabei kann man zu den Fokusthemen und Maßnahmen methodisch anmerken, eine unterschiedliche „Flughöhe“ zu haben. Hier zählt die Absicht zu handeln und Defizite zu beheben eher als ein wissenschaftlicher Ansatz sich allen Themen der regionalen Wirtschaft in der gleichen Tiefe zu widmen.



**Abbildung 9: Strategische Fokussierung**

Quelle: Adobe Stock

### 5.3 FOKUSTHEMEN

Wenn die Frage beantwortet werden soll, wie zukünftig mehr Dynamik entsteht, muss man versuchen, in die Zukunft zu schauen. Was gibt es für Trends und welche Impulse können daraus entstehen, die wirtschaftlich für unsere Region nutzbar sind. Das erste Handlungsfeld lautet daher **Megatrends zu Zukunftschancen**.

Die nächsten zwei Handlungsfelder setzen an den größten Problemfeldern der Unternehmerinnen und Unternehmer sowie der örtlichen Wirtschaftsförderungen an: Es fehlen Flächen für die Neuansiedlung, Umsiedlung und Erweiterung von Unternehmen und es fehlen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, die in den Betrieben im Kreis arbeiten wollen. Daraus ergeben sich die Handlungsfelder **Gewerbeflächenmanagement und Arbeitskräftesicherung**.

Ein Begriff, der während der Erarbeitung der Strategie häufig genannt wurde, war das Wort „Bürokratie“, mit den Steigerungsformen „ausufernde Bürokratie“ oder „Bürokratiemonster“. Nun kann der Kreis als eine der unteren Ebenen wenig dafür tun, die Bürokratie abzuschaffen, denn die Regeln werden auf EU-, Bundes- oder Landesebene gesetzt. Die Wirtschaftsförderung kann aber dabei helfen, das Bürokratiemonster zu einem Amtsschimmel zu zähmen. Das vierte Handlungsfeld ist daher der Ausbau der **Wirtschaftsförderung zu einer One-Stop-Agency** mit dem Ziel, einen Ansprechpartner für alle Anliegen eines Unternehmens zu stellen.

Die besten Angebote der Wirtschaftsförderung können keine Wirksamkeit entfalten, wenn sie nicht in Anspruch genommen werden, weil man sie nicht findet. Auch das Profil des Wirtschaftsstandortes kann nach außen noch deutlich geschärft werden, um Unternehmen zu motivieren, sich hier anzusiedeln. Die **Verbesserung der Außenkommunikation** ist das fünfte wesentliche Handlungsfeld der Strategie.

### Die Fokusthemen im Überblick

- Megatrends zu Zukunftschancen
- Gewerbeflächenmanagement
- Fachkräftesicherung
- Wirtschaftsförderung als One-Stop-Agency
- Verbesserung der Außenkommunikation
- 

## 5.4 GRÖßER DENKEN, ZUKUNFTSFREUDE WECKEN

Neben den Maßnahmen in den einzelnen Handlungsfeldern, die im Folgenden erläutert werden, bringt der Kreis das größte Pfund für eine Weiterentwicklung bereits mit. Der Rheingau-Taunus-Kreis ist Teil der Metropolregion Rhein-Main und liegt nicht nur am Rand, sondern mit-tendrin. Von den meisten Orten im Kreis erreicht man den Flughafen in Frankfurt in weniger als einer Stunde und aus einer Flughöhe von 5.000 Metern wirkt Bad Schwalbach wie ein Stadtteil von Frankfurt am Main.



**Abbildung 10: Google Maps aus großer Flughöhe**

Quelle: [https://www.google.com/maps/search/,@50.1415936,5.4850687,753180m/data=!3m1!1e3!5m1!1e4?entry=tту&g\\_ep=EgoyMDI1MDQyMi4wIKXMDSoJLDEwMjExNDU1SAFQAww%3D%3D](https://www.google.com/maps/search/,@50.1415936,5.4850687,753180m/data=!3m1!1e3!5m1!1e4?entry=tту&g_ep=EgoyMDI1MDQyMi4wIKXMDSoJLDEwMjExNDU1SAFQAww%3D%3D)

Mit den geplanten Maßnahmen soll auch erreicht werden, dass „Zukunftsfreude“ entsteht. Ein Wachstum der Wirtschaft und die Etablierung neuer Branchen bedeuten Veränderung. Diese Veränderung wird nicht von allen Bevölkerungsgruppen positiv wahrgenommen. Aber ohne Veränderung wird der bisherige als gut zu beurteilende Status-quo der Wirtschaft nicht zu halten sein und aus den Rankings ist ablesbar, dass die Dynamik nachlässt. Wechselt man die Perspektive und sieht nicht nur den LKW, der morgens am eigenen Haus vorbeifährt, sondern sieht die Unternehmen mit Perspektive und die guten Chancen für die weitere Entwicklung, kann das möglicherweise dazu beitragen, Zukunftsfreude zu wecken und Unternehmen positiv wahrzunehmen.

## Zusammenfassung: Strategische Fokussierung der Wirtschaftsförderung

### Leitfragen der Wirtschaftsförderung

- Wie kann die Wirtschaft im Kreis dynamischer wachsen?
- Wie werden die drängendsten Probleme der Unternehmerinnen und Unternehmer sowie der örtlichen Wirtschaftsförderungen und anderen Stakeholder gelöst?
- Wie wird der Rheingau Taunus-Kreis zu einem wirtschaftsfreundlichen Landkreis mit wirtschaftsfreundlicher Verwaltung?

### Lösungsorientierter Ansatz

- mehr Wertschöpfung im Kreis
- Strategische Fokussierung
- Ins Handeln kommen

### Fokusthemen/Handlungsfelder

- Megatrends zu Zukunftschancen
- Gewerbeflächenmanagement
- Fachkräftesicherung
- Wirtschaftsförderung als One-Stop-Agency
- Verbesserung der Außenkommunikation

### Größer denken

- RTK ist Teil der Metropolregion
- Zukunftsfreude wecken und Unternehmen positiv wahrnehmen.

## 6 VON MEGATRENDS ZU ZUKUNFTSCHANCEN

In diesem Kapitel sollen die Potentiale und Zukunftschancen für den Rheingau-Taunus-Kreis im Mittelpunkt stehen. Dabei wird zum einen der Blick von außen auf den Kreis geworfen. Welche deutschland- und europaweiten Zukunftstrends werden die Wirtschaft in den nächsten Jahren prägen? Diese Trends werden mit dem Blick von innen zu kombiniert, um dann zu sehen, welche Potentiale die einzelnen Teilräume des Kreises schon mitbringen. Dabei werden Ansätze für das Weiterdenken in den einzelnen Teilräumen des Kreises formuliert werden.

## 6.1 MEGATRENDS

Das Zukunftsinstitut wurde im Jahr 1998 gegründet und betreibt seitdem Trend- und Zukunftsforschung und will damit Orientierung bei Fragen zu wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklungen bieten. Im Kern der Forschung stehen hierbei die 12 zentralen Megatrends, die in einer Megatrend-Map dargestellt werden.

„Die Megatrends sind die größten Treiber des Wandels in Wirtschaft und Gesellschaft und prägen unsere Zukunft – nicht nur kurzfristig, sondern auf mittlere bis lange Sicht. Megatrends entfalten ihre Dynamik über Jahrzehnte. Megatrends sind nie linear und eindimensional, sondern vielschichtig und voller gegenläufiger Strömungen. Sie wirken nicht isoliert, sondern beeinflussen einander gegenseitig und verstärken sich so in ihrer Wirkung. Die Map stellt daher auch die Parallelen und Überschneidungen von Megatrends dar.“ (Quelle <https://www.zukunftsinstitut.de/zukunftsthemen/die-megatrend-map>)



Abbildung 11: Megatrend-Map

Wie die Karte zeigt, enthält jeder Megatrend eine Vielzahl von Aspekten. Einige Trends können Chancen für die wirtschaftliche Entwicklung im Rheingau-Taunus-Kreis sein und werden daher kurz erläutert:

- New Work,
- Neo-Ökologie,
- Silver Society,
- Gesundheit,
- Konnektivität,
- Wissenskultur.

### **New Work**

Das Verständnis von Arbeit ist unter dem Einfluss von Digitalisierung und Postwachstumsbewegungen grundlegend im Wandel: Die klassische Karriere hat ausgedient, die Sinnfrage rückt in den Vordergrund. Die Grenzen zwischen Leben und Arbeiten verschwimmen im Alltag. Diese Tendenz wird als Work-Life-Blending bezeichnet. Arbeitnehmer wollen selbstbestimmt Arbeit und Freizeit miteinander kombinieren.

Die rationale Leistungsgesellschaft des Industriezeitalters mit Überstunden, Konkurrenzkampf und Präsenzzeiten hat sich als nicht zukunftsfähig erwiesen. Mit der Corona-Krise als Beschleuniger setzen sich New-Work-Modelle nun rasant durch. Unternehmensstrukturen werden agiler, eine Mischung aus Arbeit im Büro und Remote Arbeit hat sich etabliert. Dabei schätzen die Menschen, die Kooperation und das Wir-Gefühl im Büro und die Möglichkeit der intensiven Arbeitsphasen zu Hause.

Was in skandinavischen Ländern jetzt schon häufig vorzufinden ist, wird auch hier erwartet. Die 40 h Woche wird abgelöst. Das Arbeitsideal verschiebt sich in Richtung „Weniger ist mehr“ mit flexibleren Möglichkeiten die Arbeitszeiten zu verteilen.

### **Neo-Ökologie**

Der Megatrend Neo-Ökologie etabliert ein neues Werte-Set, das in jeden Bereich unseres Alltags hineinreicht. „Das Nachhaltigkeitsparadigma reprogrammiert die Codes der globalen Gesellschaft, der Kultur und der Politik – und richtet unternehmerisches Handeln sowie das gesamte Wirtschaftssystem fundamental neu aus.“ (<https://www.zukunftsinstitut.de/zukunftsthemen/megatrends>)

Durch die Auswirkungen des Klimawandels sind die Unternehmen bestrebt, ihr Verhalten zu ändern und neue, erneuerbare, nicht-fossile Energieressourcen zu nutzen. Aufgabe der nahen

Zukunft wird es sein, den Übergang in die postfossile, in die Post-Carbon-Gesellschaft zu wagen. Zentral ist dabei die Umstellung der Energiewirtschaft auf erneuerbare Energien.

Das lineare Modell der Ressourcenausbeutung, in dem aus Rohstoffen Produkte werden und aus Produkten Abfall, wird zunehmend abgelöst von einem regenerativen Modell der Ressourcennutzung, in dem Stoffströme zu Kreisläufen geschlossen werden und Abfall selbst wieder zur Ressource wird.

Bei den Konsumenten wird der nachhaltige Lebensstil immer mehr zu einer Selbstverständlichkeit, die endgültig von Klischees befreit ist. Dieser Wertewandel, der bereits breite Teile der Gesellschaft erfasst hat, verabschiedet den Schuldkomplex der vergangenen Jahrzehnte: Es geht nicht mehr um Verzicht und schlechtes Gewissen, sondern um zukunftsfähige und pragmatische Lösungsansätze, die Mensch und Technik nicht als Problem, sondern als Schlüssel für eine neo-ökologische Zukunft sehen.

### **Silver Society**

Während die Menschen faktisch immer älter werden, bleiben sie dabei gleichzeitig subjektiv länger jung. Alte Menschen sind heute länger fit und gesund als je zuvor. Für die meisten Menschen gilt, dass das „gefühlte Alter“ 10-15 Jahre unter dem biologischen liegt.

Dieses Downaging bestimmt ihr gesamtes Lebensgefühl und damit ihren Lebensstil, ihren Konsum, ihre Mediennutzung usw. Ein neuer Lebensstil ist der „Un-Ruhestand“. Älteren Menschen, die eigentlich im Ruhestand wären, haben aber kein Interesse am passiven Rentnerdasein. Menschen im Un-Ruhestand wollen weiterarbeiten oder ihre freie Zeit in vollen Zügen genießen.

Nach der Phase der Kindererziehung und des aktiven Erwerbslebens suchen immer mehr Menschen in unserer hypermobilen Gesellschaft nach Möglichkeiten der Entschleunigung, eines achtsamen und bewussteren Lebens und Konsumierens.

### **Gesundheit**

Um viele Folgen des verdichteten Lebensstils wie Stress, Überarbeitung, Burn-out, körperliche und psychische Beschwerden zu vermeiden und die Leistungsfähigkeit im Job zu sichern, nehmen immer mehr Unternehmen Aufgaben der Gesundheitsvorsorge im Rahmen des betrieblichen Gesundheitsmanagements wahr. Gesundheit ist damit keine individuelle Angelegenheit mehr. Eine gesundheitsfördernde Arbeitsumgebung zu schaffen wird darüber hinaus immer wichtiger in der Konkurrenz um die „guten Köpfe“.

Prävention und Achtsamkeit sind Teil eines wachsenden Gesundheitsbewusstseins geworden. Der Fokus geht weg von der Behandlung von Krankheiten hin zu vorsorgendem Verhalten.

Die präventive Gesundheitsvorsorge fokussiert auf das Erhalten des aktuellen Gesundheitszustands und die Verminderung von Risiken, an bestimmten Krankheiten zu erkranken.

Die Menschen streben immer mehr zur Selbstoptimierung durch Ernährung oder Sport und investieren dafür immer mehr in digitale Unterstützung, wie Apps zum Schrittzählen, zur Schlafüberwachung u.ä.. Das Ziel der Bemühungen ist häufig die Langlebigkeit, die sog. Longevity.

### **Konnektivität**

Kaum ein anderes Thema spiegelt die positiven wie negativen Potentiale des digitalen Wandels heute so stark wie der Begriff Künstliche Intelligenz. KI ist derzeit unbestritten der zentrale Treiber des digitalen Wandels.

In der Ära der Vernetzung können Unternehmen nicht mehr als autonome Einheiten operieren, sondern nur noch als Teil verschiedener Ökosysteme. Immer wichtiger wird die Kompetenzvernetzung mit anderen Unternehmen sowie mit externen Expertinnen und Experten.

Die Beziehung zwischen Mensch und Maschine wird unsere Zukunft bestimmen. Eine erfolgreiche digitale Transformation bedeutet für Unternehmen daher eine kontinuierliche Auseinandersetzung mit den Möglichkeiten neuer Technologie – und die Integration reibungsloser Schnittstellen, um ein optimales Teamplay von Mensch und Maschine zu ermöglichen.

### **Wissenskultur**

In der Wissensgesellschaft wird Bildung eines der wichtigsten Güter. Das heißt unter anderem, dass vermehrt in Leistungen von Hochschulen, Weiterbildungsangebote, Coaching und den Bereich der Online-Bildung investiert wird. Die steigende Mobilität insbesondere von Beschäftigten in der Kreativwirtschaft lässt neue Kristallisationspunkte zum gemeinsamen Arbeiten und Teilen von Wissen entstehen.

Es verändert sich, was und wie wir wissen. In dezentralen Strukturen werden enorme Mengen an Wissen generiert, es entstehen neue Formen der Innovation, des Lernens und Forschens. Die Vergesellschaftung der Wissenschaft schreitet voran. Dabei verliert Wissen zunehmend seinen elitären Charakter und wird zum Gemeingut. Weitere große Herausforderungen der nächsten Jahre sind die zunehmende Vernetzung der Bildung und komplexere, unvorhersehbare Anforderungen auf dem Arbeitsmarkt. Diese Entwicklungen verlagern den Fokus: hin zum Lifelong Learning, zur Vermittlung von Methoden – und zu den Soft Skills.

In der Informationsgesellschaft und der Wissensökonomie wird zunehmend das Ziel verfolgt, den Prozess der Wissensproduktion sowie den Zugang zu Informationsquellen und -ressour-

cen zu öffnen. Forschungsergebnisse, Daten, Software, technologische Entwicklungen und vieles mehr werden vielfach frei verfügbar, sodass jeder an ihnen partizipieren, sie nutzen und daran weiterarbeiten kann.

Die Beschreibungen der Trends können hier nur angerissen werden und basieren inhaltlich auf den Veröffentlichungen des Zukunftsinstituts. Mehr Details sind auf der Homepage des Zukunftsinstituts [www.zukunftsinstitut.de](http://www.zukunftsinstitut.de) zu finden.

## 6.2 CLUSTER

Die nächste Perspektive ist der Blick von innen: Was ist schon vorhanden? An welche Strukturen kann angeknüpft werden? Wie können die Megatrends für den Kreis genutzt werden?

### **Nicht eine Idee passt für alles**

Dabei gilt der Grundsatz, dass es nicht die eine Idee oder einen Impuls für den ganzen Kreis geben kann, denn dafür sind die einzelnen Teilräume -wie im Kapitel 3.1 beschrieben- viel zu unterschiedlich.

Vielmehr müssen die einzelnen Teilräume (Cluster) mit ihren Potentialen betrachtet werden, um Chancen zu sehen. Dabei ist die Unterschiedlichkeit ein großer Vorteil, denn dadurch kann gleich auf mehrere Megatrends eingezahlt werden. Hinsichtlich der wirtschaftlichen Potentiale zur Nutzung der Megatrends wurden fünf Cluster gebildet.

- Cluster: Kopf und schnell ins Herz
- Cluster: Grün mit Energie
- Cluster: Gesundheit mit Heilwasser
- Cluster: Lebensmittel und Lebensart
- Cluster: Welterbe trifft Drosselgasse

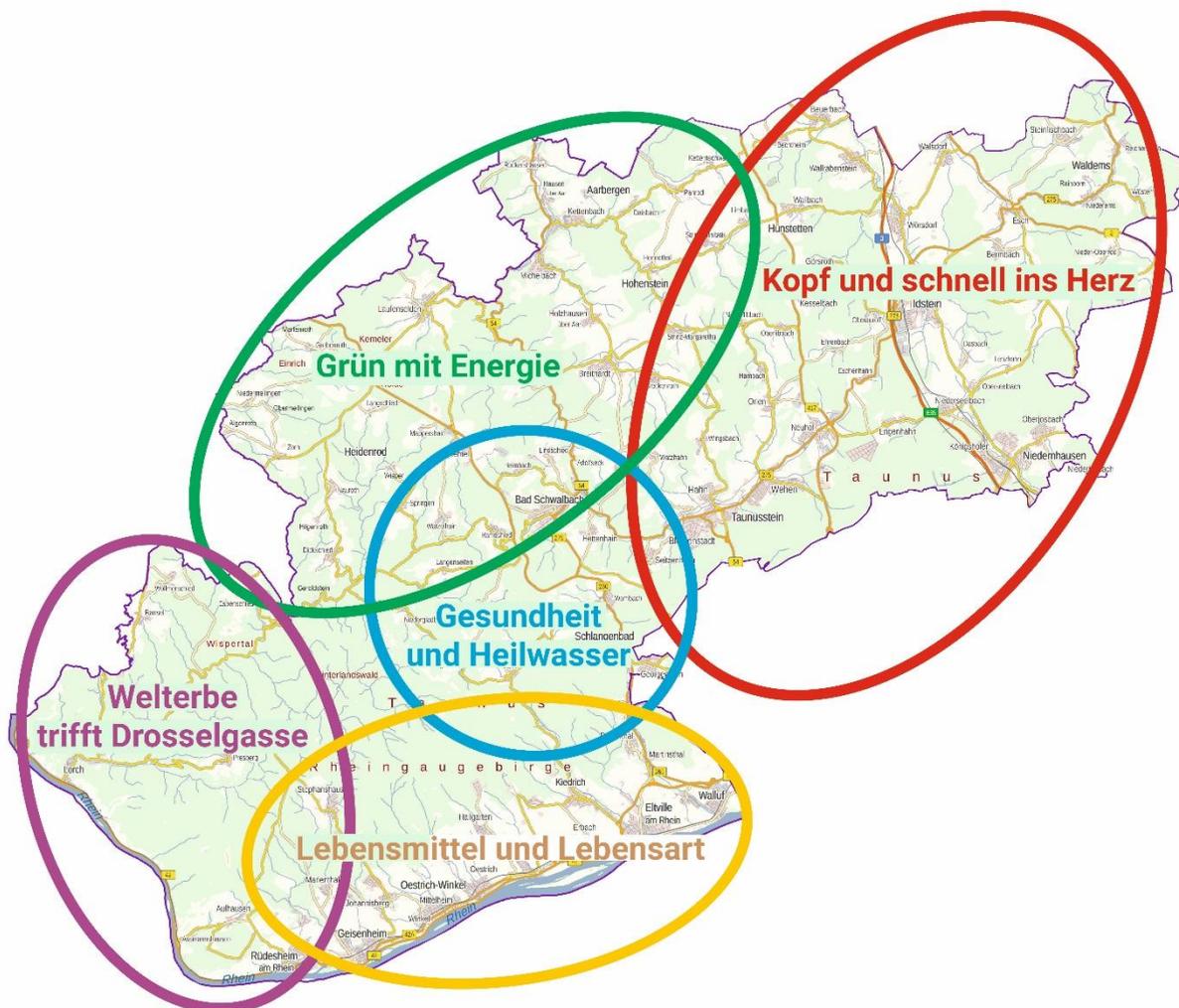


Abbildung 12: Clusterübersicht Rheingau-Taunus-Kreis

### 6.2.1 CLUSTER KOPF UND SCHNELL INS HERZ

Das **Cluster Kopf und schnell ins Herz** umfasst die Städte und Gemeinden Waldems, Hünstetten, Idstein, Niedernhausen und Taunusstein. Die siedlungsstrukturellen Schwerpunkte des Clusters sind Taunusstein als größte Stadt im Kreis und die Hochschulstadt Idstein.



**Abbildung 13: Cluster Kopf und schnell ins Herz**

## Kopf

Die Residenzstadt Idstein ist der Standort der Hochschule Fresenius, die für 4.343 Studierende 26 Studiengänge (Stand Sommersemester 2022) anbietet. Zur Hochschule Fresenius gehört das Pioneer LAB, das als Gründerzentrum Menschen, Startups sowie Organisationen dabei begleitet, ihren Pioniergeist und ihre Innovationskraft zu entfalten und ihr Unternehmen zu entwickeln.

Neben der Neugründung von Unternehmen profitiert das Cluster von den Innovationen vorhandener Unternehmen. Hier ist zum Beispiel das Unternehmen Brita in Taunusstein zu nennen,

das weltweit führend im Bereich der Wasserfiltertechnik ist. Derzeit realisiert Brita einen neuen Campus im Süden von Taunusstein.

Zudem leben im Idsteiner Land und in Taunusstein überdurchschnittlich viele Menschen mit hohen Bildungsabschlüssen. Die Gemeinden Waldems, Niedernhausen und Hünstetten weisen ebenso wie die beiden Städte stabile oder wachsende Bevölkerungszahlen auf und sind attraktive Wohnstandorte mit einem hohen Pendleranteil. Mit einer Einwohnerzahl von 85.960 auf wenigen Quadratkilometern (Stand 30.06.2024) weist die Region im östlichen Teil des Landkreises die größte Bevölkerungsdichte und damit auch einen hohen Anteil qualifiziertes Fachkräftepotential auf.

### **Schnell ins Herz**

Der östliche Kreisteil ist der am besten verkehrlich erschlossene Teil des Kreises. Über die Autobahn A3, die S-Bahn S2 und die Regionalbahn hat die Region ein starkes Rückgrat. Das Zentrum der Rhein-Main-Region ist in ca. 30 Minuten erreichbar, sowohl mit öffentlichen Verkehrsmitteln als auch mit PKW und LKW. Dabei sind die Großstädte Frankfurt und Wiesbaden nahezu gleich gut erreichbar. Mit den bestehenden Überlegungen zur Verlängerung der S2 bis zum Bahnhof Idstein soll die Anbindung noch weiter verbessert werden.



**Abbildung 14: Verkehrsanbindung A3**

Quelle: Wirtschaftsförderung Rheingau-Taunus-Kreis

### **Chancen**

Besondere Chancen werden in den Megatrends Wissenskultur und Konnektivität gesehen.

## Unternehmen der Wissensbranche und Start-Ups

Mit der Hochschule und dem Gründerzentrum ist bereits ein Kristallisationspunkt in der Wissensbranche vorhanden, der weitere Unternehmen dieser Branche anziehen könnte. Eine zusätzliche Chance sind Ausgründungen, die aus dem Pioneer LAB in Idstein hervorgehen. Entgegen der jetzigen Tendenz sollten diese Unternehmen nicht in die Großstädte Frankfurt und Wiesbaden abwandern, sondern in der Region geeignete Flächen und Standorte finden. Vorstellbar wäre, gemeinsam mit der Hochschule Fresenius ein Reallabor zu entwickeln, in dem Gründerinnen und Gründer aber auch andere junge Unternehmen zusammenarbeiten und Synergien nutzen.

## Rechenzentren

Frankfurt und die Kommunen im Nahbereich haben einen riesigen digitalen Standortvorteil - hier liegt der größte Internetknoten Europas. Rund zwei Drittel der in deutschen Rechenzentren verfügbaren IT-Leistung konzentriert sich auf das Rhein-Main-Gebiet. Eine wichtige Verbindungsachse in der digitalen Infrastruktur verläuft entlang der A3 von Frankfurt nach Köln.



Abbildung 15: Europäischer Internetknoten Frankfurt am Main

Quelle: [Europäischer Internet-Knoten Frankfurt am Main-978-3-14-100900-2-67-7-1](http://Europaeischer-Internet-Knoten-Frankfurt-am-Main-978-3-14-100900-2-67-7-1) | Diercke.de

Mit der weiteren Entwicklung der KI wird zukünftig enorme zusätzliche Kapazität in Rechenzentren benötigt. Die Branche wächst derzeit mit zweistelligen Zuwachsraten. Das Idsteiner Land könnte ein Standort für ein Rechenzentrum sein. Ein begrenzendes Element für die Ansiedlung von Rechenzentren ist die Energieversorgung. Da sich das Idsteiner Land aber in interkommunaler Zusammenarbeit auf den Weg macht, Standorte für Windkraftanlagen zu entwickeln, könnte die Stromversorgung zumindest in Teilen mit nachhaltig erzeugter Energie erfolgen. Hinzu kommt, dass große und leistungsfähige Stromtrassen neu geplant werden.

Ausgehend von dieser Entwicklung und den vorhandenen schon ansässigen Firmen im Branchenbereich Kommunikationstechnik oder Elektronik, hier seien beispielhaft genannt Motorola Solutions Germany, GLYN GmbH, EMC GmbH oder Stulz Digital Solutions (alle Idstein) oder die MICOR GmbH in Niedernhausen, könnte der Standort für weitere Unternehmen der Kommunikationstechnik interessant sein.

### **Internationaler Markt**

Durch die sehr gute Anbindung an das Rhein-Main-Gebiet und das hohe Fachkräftepotenzial bietet das Cluster Standortvorteile für eine Vielzahl von Unternehmen und das nicht nur auf nationaler, sondern auch auf internationaler Ebene. Zu einer gezielten internationalen Vermarktung ist das Erarbeiten eines Standortprofils erforderlich, das auch gezielt mit der Lebensqualität und dem Freizeitwert der Region wirbt.

---

## 6.2.2 CLUSTER GRÜN MIT ENERGIE

### **Grün**

Das **Cluster Grün mit Energie** liegt im Zentrum des Rheingau-Taunus-Kreises und ihm wurden die Gemeinden Hohenstein, Heidenrod und Aarbergen zugeordnet. Sie liegen in der Metropolregion, weisen eine geringe Siedlungsdichte mit einem sehr hohen Anteil an Waldflächen auf und bieten Ruhe, die in der von vielen Verkehrsachsen geprägten Metropolregion eher Mangelware ist. Die Gemeinden sind ländlich geprägt mit einer wachsenden touristischen Infrastruktur. Neben den vorhandenen Leuchttürmen wie der Burg Hohenstein und dem Freibad in Aarbergen sind in den letzten Jahren zum Beispiel die Wisper Trails und ein Flow Trail entstanden. Seit kurzem arbeiten die drei Gemeinden mit den Städten Taunusstein und Bad Schwalbach in einer Touristische Arbeitsgruppe (TAG) zusammen, so dass die touristische Entwicklung noch weiter gefördert wird.

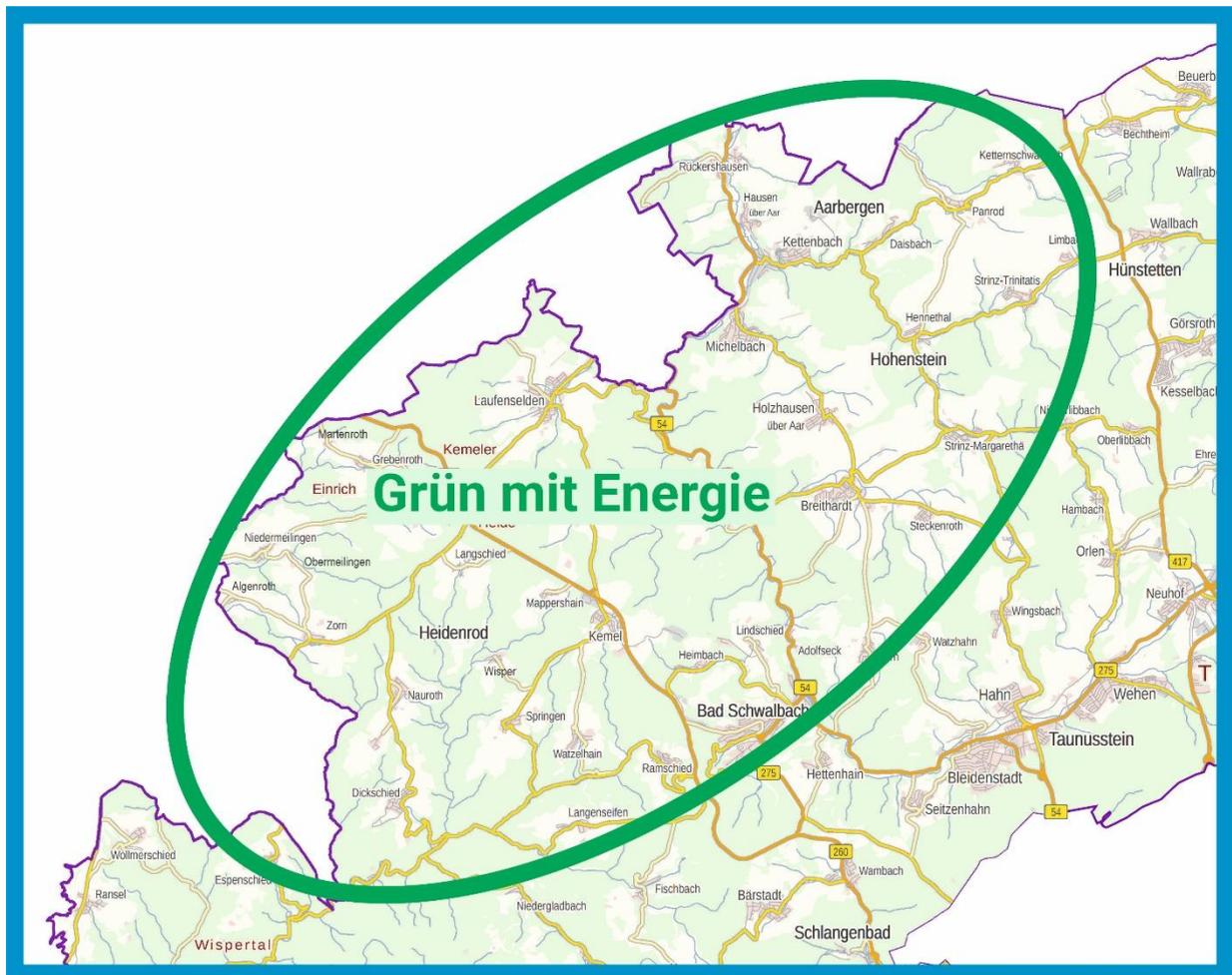


Abbildung 16: Cluster Grün mit Energie

## Mit Energie

Besonders hervorzuheben ist die Entwicklung der Gewinnung von erneuerbaren Energien in Heidenrod und Hohenstein vor allem durch den Ausbau der Windkraft und Photovoltaikanlagen. Schon jetzt werden in der Teilregion die verschiedensten Energieträger wie Wind, Sonne und Biomasse genutzt. Der Ertrag liegt weit über der genutzten Energie.

	Installierte Leistung in MW	Installierte Leistung in KW je 1.000 Einwohner	Erzeugte Strommenge in kWh je Einwohner	Anteil der Eigenversorgung in %
Aarbergen	3,2	495	474	17
Heidenrod	61,5	7.763	18.887	675
Hohenstein	11,6	1.868	3.322	119

Innovative Konzepte zur Versorgung mit Wärme und Energie des Baugebietes Kemel-Süd mit kalter Nahwärme werden umgesetzt. Ein Energieträger, der bisher noch nicht im Rheingau-Taunus-Kreis genutzt wird, ist der Wasserstoff. Im Zielnetz 2050 für Deutschland ist aber eine Wasserstoffhauptleitung durch den Rheingau-Taunus-Kreis vorgesehen, die im Verlauf der B260 geplant ist.

Aarbergen weist mit der Gründung der Michelbacher Hütte im Jahr 1652 und der Weiterführung ab 1884 durch Adolf Samuel Passavant eine jahrhundertelange Historie als Industriestandort auf. Heute ist Passavant eine Marke der Aqseptence Group und beschäftigt nach eigenen Angaben 250 Mitarbeitende in der Produktion von Wasser- und Abwassertechnik am Vertriebs- und Produktionsstandort der Passavant-Geiger GmbH in Aarbergen-Michelbach.

## **Chancen**

### **Weiterentwicklung des Tourismus**

Große Chancen werden beim Weiterdenken der vorhandenen grünen Strukturen in Richtung Wirtschaftsentwicklung gesehen. Das ist einerseits der Bereich Tourismus, der sich in den letzten Jahren weiterentwickelt hat und neben den noch bezahlbaren Preisen für Wohneigentum ein wesentlicher Standortvorteil auch als Wohnstandort für Menschen mit digitalen Arbeitsformen sein kann. Gerade wenn die Reaktivierung der Aartalbahn gelingt, rückt der Schienenanschluss an die Metropolregion in greifbare Nähe.

Dabei muss neben der Wegeinfrastruktur der Blick auf die Wertschöpfung durch den Tourismus gelegt werden. Dazu könnten innovative Übernachtungsmöglichkeiten dienen. Baumhäuser oder Glamping auf dem Bauernhof, es gibt zahlreiche Ansätze für kleinteilige Entwicklungen, die dem Teilraum gerecht werden. Eine ganz besondere Sehenswürdigkeit ist die Burg Hohenstein, die bisher besichtigt werden kann und in den Sommermonaten von der Taunusbühne bespielt wird. Hier sollte das angedachte Konzept zum Neubau des zentralen Gebäudes mit gastronomischen Angeboten und Außenstelle des Standesamtes weiterverfolgt werden.

### **Grünes Gewerbe**

Auf der anderen Seite könnte der Standort auch für Unternehmen mit einem besonderen Nachhaltigkeitsanspruch in einem „grünen“ Gewerbegebiet interessant sein. Dabei könnte das grüne Gewerbegebiet aus allen Richtungen gedacht werden. Es kann im Grünen liegen und eine Verbindung zwischen Natur und Gewerbe herstellen. Darüber hinaus könnten besondere Maßstäbe bei der Begrünung, durch Bepflanzung der Ränder oder der Dächer gesetzt werden. Energie könnte im Gebiet z.B. durch Photovoltaikanlagen auf den Parkflächen gewonnen werden und es wäre eine Versorgung mit erneuerbarer Energie von außen möglich. Wenn man

noch weiterdenken wollte, wären innovative Konzepte zur Wärmeversorgung und Wassernutzung möglich. Anders als in stark verdichteten Räumen oder touristisch sehr sensiblen Räumen könnte in dieser Region des Kreises auch Lärm emittierenden Unternehmen ein Standort geboten werden.



**Abbildung 17: Grünes Gewerbe**

Quelle: Adobe Stock

### **Weiterentwicklung der Energiewirtschaft**

Darüber hinaus wäre im Cluster Grün mit Energie die weitere Entwicklung der Energiewirtschaft ein Thema. Windkraft, Photovoltaik und Erdwärme werden im Cluster bereits genutzt. Wasserstoff soll zukünftig als weiterer Energieträger zur Verfügung stehen. Auch die Nutzung von Biomasse erfolgt bereits im Unternehmen Kopp Umwelttechnik durch ein Biomassekraftwerk in Heidenrod. Im Vollbetrieb erzeugt die Anlage 22 Mio. Kilowattstunden, die in das öffentliche Stromnetz eingespeist werden, das entspricht einer Versorgung von 5.500 Vierpersonenhaushalten. Damit gibt es bereits einen Kern von Unternehmen der Energiewirtschaft, die durch andere Unternehmen ergänzt werden könnten.

Die Megatrends, die sich im Cluster Grün mit Energie damit aufgreifen lassen, sind die Neo-Ökologie, New Work und die Silver Society für den Bereich Tourismus.

### 6.2.3 CLUSTER GESUNDHEIT UND HEILWASSER

#### Heilwasser

Die Stadt Bad Schwalbach und die Gemeinde Schlangenbad sind staatlich anerkannte Heilbäder. Sie bilden das **Cluster Gesundheit und Heilwasser**. In beiden Orten werden Heilquellen genutzt, für ein Bad in der Therme in Schlangenbad oder zur Anwendung als Trinkkur in Bad Schwalbach. Der See und der Weiher im Kurpark Bad Schwalbach bieten offene Wasserflächen, die ansonsten im Landkreis nur sehr selten zu finden sind. Bad Schwalbach hat einen sehr aktiven Kneipp-Verein, der neben stationären Angeboten wie Armtauchbecken, Wasser-tretbecken oder das begehbbare Moor auch Kurse und Wanderungen anbietet. Es bestehen daher vielfältige Möglichkeiten, mit dem Element Wasser in Kontakt zu kommen.



Abbildung 18: Cluster Gesundheit und Heilwasser

## **Gesundheit**

Was beide Kommunen ebenso verbindet, ist die lange Kurtradition. Auch wenn die Bettenzahlen in den Rehabilitationseinrichtungen abgenommen haben und das Krankenhaus in Bad Schwalbach geschlossen wurde, verfügen sie auch heute noch über Kliniken für Rehabilitationsbehandlungen mit dem dazugehörigen ärztlichen, therapeutischen und pflegerischen Fachpersonal.

In Bad Schwalbach gibt es drei große Reha-Klinikzentren, in Schlangenbad zwei weitere Reha-Kliniken. Insgesamt verfügen die fünf Einrichtungen über 886 stationäre Betten. Eigenen Angaben und Berichten zufolge wurden im Jahr 2023 insgesamt ca. 8.300 Patientinnen und Patienten behandelt, d.h. Rehabilitationen durchgeführt. 558 Beschäftigte arbeiten an den Standorten, darunter 60 Ärztinnen und Ärzte, sowie Personal in therapeutischen, pflegerischen, psychologischen und nicht-medizinischen Diensten und Arbeitsbereichen.

Ebenso groß ist die Bandbreite der Indikationen und Krankheitsbilder, die in diesen Kliniken größtenteils stationär, aber auch ambulant behandelt werden: Psychosomatische, psychiatrische, orthopädische und neurologische Erkrankungen, schmerztherapeutische Angebote, Behandlungen und Maßnahmen in Bereichen der Rheumatologie und Gynäkologie, aber auch bei Depressionen, diversen Störungen und Abhängigkeitserkrankungen. Alle Einrichtungen verfügen über eine moderne Diagnostik mit entsprechender medizinischer Technik.

Am Standort Bad Schwalbach befindet sich außerdem noch ein Therapiedorf mit 85 Behandlungsplätzen für suchterkrankte Menschen, eine Besonderheit sind hier die 10 zusätzlichen Behandlungsplätze für Kinder bis 6 Jahre. Im Jahr 2023 wurden dort in fünf Behandlungshäusern insgesamt 262 Rehabilitandinnen und Rehabilitanden behandelt. In der Einrichtung arbeiten 65 Beschäftigte, darunter mehrere Ärztinnen und Ärzte.

Die ärztliche Infrastruktur wird durch das MVZ in Bad Schwalbach und zahlreiche niedergelassene Ärzte und Therapeuten ergänzt.

## **Chancen**

### **Betriebliches Gesundheitsmanagement**

Besondere Chancen für die beiden Heilbäder bietet der Megatrend Gesundheit. Wie oben beschrieben, wandern die Gesundheitsleistungen immer mehr in den Aufgabenbereich der Unternehmen und Arbeitgeber und werden nicht mehr nur individuell in Anspruch genommen. Der Schwerpunkt rückt mehr von der Behandlung von Erkrankungen in den Bereich Prävention. Hier liegt das Potential für die beiden Heilbäder, Gesundheitsleistungen für Unternehmen anzubieten.

In einem Netzwerk von allen vorhandenen Anbietern kann es gelingen, Angebote für das betriebliche Gesundheitsmanagement mit dem besonderen Standortvorteil Heilwasser zu etablieren. Das könnten sowohl Einzelanwendungen, Gruppenangebote und Thementage sein als auch Bildungsurlaube mit dem Schwerpunkt Gesundheit oder Paketlösungen aus touristischen und Gesundheitsangeboten. Zielgruppe wären aufgrund der räumlichen Nähe Unternehmen in den benachbarten Großstädten Frankfurt und Wiesbaden, aber auch große Unternehmen im Kreis.

Sobald sich ein Markt für betriebliches Gesundheitsmanagement etabliert hat, könnten im zweiten Schritt auch Endkundenangebote für private Rehabilitationen und Präventionen zusätzliche Einkommensmöglichkeiten schaffen. Das wäre eine Basis, einen zusätzlichen Hotelbetrieb in Bad Schwalbach mitzutragen.

### **Bad Schwalbach als Wohnstandort**

Mit der Reaktivierung der Aartalbahn würde vor allem die Stadt Bad Schwalbach eine enorme Aufwertung als Wohnstandort erhalten. Die Erfahrung mit der Reaktivierung von anderen Bahnstrecken im Großstadtumland zeigen, dass daraufhin Bevölkerungszuwächse zu erwarten sind. Durch die Angebote zum mobilen Arbeiten und den damit verbundenen geringeren Präsenzzeiten, die dann zeitlich kurzen Wege vor allem nach Wiesbaden und die noch moderaten Immobilienpreise könnte die Stadt einige Pendler anziehen. Hier könnte der Trend zur New Work genutzt werden.

Bei dieser Entwicklung und auch beim Ausbau der Angebote für das betriebliche Gesundheitsmanagement ist es besonders wichtig, behutsam in der Stadtentwicklung vorzugehen. Die Belange der weiteren baulichen Entwicklung und der Gestaltung des Stadtbildes für Gäste sollten ganz bewusst gegeneinander abgewogen werden.

---

## 6.2.4 CLUSTER LEBENSMITTEL UND LEBENSART

### **Lebensmittel**

Im **Cluster Lebensmittel und Lebensart** liegen die Gemeinden Kiedrich und Walluf sowie die Städte Eltville, Oestrich-Winkel und Geisenheim. Die Kommunen sind bisher in der wirtschaftlichen Entwicklung sehr auf Weinbau und Tourismus ausgerichtet. Neben den Winzern als Produzenten des Spitzenprodukts Wein gibt es zahlreiche andere Institutionen und Unternehmen, die sich mit der Produktion und Erzeugung von Lebensmitteln beschäftigen. Die Hochschule in Geisenheim ist führend in der Forschung und Entwicklung im Bereich Weinbau und Getränketechnologie und kombiniert das vorhandene Wissen auch mit neuen Ansätzen z.B. im Weinbau unter geänderten Klimabedingungen. Von den namhaften Unternehmen der Lebensmittelherstellung, sollen hier nur beispielhaft das Backhaus Dries, die VAN HEES GmbH und die

ERBSLÖH Geisenheim GmbH genannt werden. Die Gastronomiebetriebe von der Straußwirtschaft bis zum Sternerestaurant verarbeiten die Lebensmittel zu hochwertigen Gerichten. Auch historisch ist eine enge Verbindung mit dem Anbau von Lebensmitteln vorhanden, denn in den Klöstern und Klostergärten wurde schon früh Nutz- und Heilpflanzen kultiviert.



**Abbildung 19: Cluster Lebensmittel und Lebensart**

### **Lebensart**

Der obere Rheingau verfügt über touristische Angebote mit einer überregionalen Ausstrahlung und über eine hochwertige Kulturlandschaft. Daraus entsteht eine besondere Lebensqualität für die die Bewohner. Hinzu kommt, dass im Rheingau eine besonders zahlungskräftige Bevölkerung lebt. Walluf und Eltville sind die Orte mit der höchsten Kaufkraft im ganzen Rheingau-Taunus-Kreis. Walluf weist im Jahr 2023 einen Kaufkraftindex von 128,0 und Eltville von 124,2 auf. Bezugsgröße ist hier der bundesweite Kaufkraftindex, der bei 100,0 liegt.

### **Chancen**

#### **Neue Lebensmittel**

Bildet man aus Winzern, Gastronomen und schon vorhandenen Unternehmen der Lebensmittelbranche und der Hochschule Geisenheim ein Netzwerk und nutzt das Netzwerk der Rheingauer Schlemmerwochen, könnten daraus innovative Ideen für die Lebensmittelproduktion

und -verarbeitung hervorgehen. Dabei könnte der Wein als Produkt weiterentwickelt und andere (alkoholfreie) Produkte aus Wein hergestellt werden, die dem steigenden Gesundheitsbewusstsein Rechnung tragen. Die mit der Weinbaukrise freiwerdenden Flächen müssten bei der Nutzung durch neue Produkte nicht aus der landwirtschaftlichen Nutzung fallen.

Aber auch für andere innovative Lebensmittel wird ein Markt gesehen. Mit Touristen und Tagesgästen bietet sich ein breites Publikum, dem neue Lebensmittel zum Probieren und zum Kauf angeboten werden können. Die Lieferketten könnten dabei über den Rheingau hinaus in den Taunus reichen, denn dort wird bereits eine Vielzahl an guten regionalen Lebensmitteln produziert.

Schon unsere Großmütter wussten, dass die Liebe und der Magen eng miteinander verbunden sind - und was für die Liebe zu Menschen gilt, gilt bestimmt auch für Genuss in den Regionen.

### **Einzelhandel, Handwerk und haushaltsnahe Dienstleistungen**

Die enorme Kaufkraft in der Region bietet ein besonderes Wertschöpfungspotential für Handwerk und haushaltsnahe Dienstleistungen. Der demografische Wandel führt dazu, dass die Bevölkerung immer älter wird. Das Durchschnittsalter im Oberen Rheingau liegt in allen Städten und Gemeinden über dem Landkreisdurchschnitt von 46,8 Jahren und wird weiter steigen. Besonders alt ist die Bevölkerung im Durchschnitt mit 49,2 Jahren in Walluf und mit 47,9 Jahren in Eltville. Zur Einordnung: Die im Durchschnitt jüngste Bevölkerung lebt in Bad Schwalbach und ist 45,4 Jahre alt.

Die Quote der Menschen mit Wohneigentum ist im Oberen Rheingau höher als in anderen Landkreisteilen. Es ist zu erwarten, dass der Bedarf an Dienstleistungen, beispielsweise in der Reinigungsbranche oder im Gartenbau steigt. Auch hochwertige Handwerksleistungen in und an Gebäuden könnten von der zahlungskräftigen Klientel in Anspruch genommen werden.

Die Kaufkraft und die hohe Zahl an Tagesgästen eröffnet dem Einzelhandel die Möglichkeit, Umsätze zu generieren, auch in Konkurrenz zum Online-Handel mit einem individuell auf die jeweilige Zielgruppe zugeschnittenen Sortiment.

Mit der Entwicklung neuer Lebensmittel und der Weiterentwicklung von Einzelhandel, Handwerk und haushaltsnahen Dienstleistungen könnten die Chancen aus den Megatrends Silver Society und Gesundheit genutzt werden.

#### 6.2.5 CLUSTER WELTERBE TRIFFT DROSSELGASSE

Rüdesheim am Rhein ist der Hotspot des Tourismus im Rheingau-Taunus-Kreis und die Touristenströme kumulieren sich in der weltberühmten Drosselgasse. In Lorch ist der Tourismus weniger stark ausgeprägt, die Stadt bietet aber mit der St. Martin Kirche oder dem Hilchenhaus ebenfalls Angebote mit überregionalem Wert. Die beiden Städte umschließt das **Cluster Welterbe trifft Drosselgasse**.

Was beide Städte auszeichnet, ist ihre Zugehörigkeit zum Welterbe Oberes Mittelrheintal. Im Juni 2002 wurde das Obere Mittelrheintal als erste deutsche Kulturlandschaft in die Welterbeliste der UNESCO aufgenommen. Charakteristisch für die einmalige Landschaft sind ihre schmalen Uferstreifen und steilen Täler am Rhein. Durch die Auszeichnung als Welterbe wurde eine starke Verbindung der beiden Städte mit dem Mittelrhein und der Region nördlich des Rheinknicks geschaffen. 2029 wird in dieser Kulisse die Bundesgartenschau stattfinden.

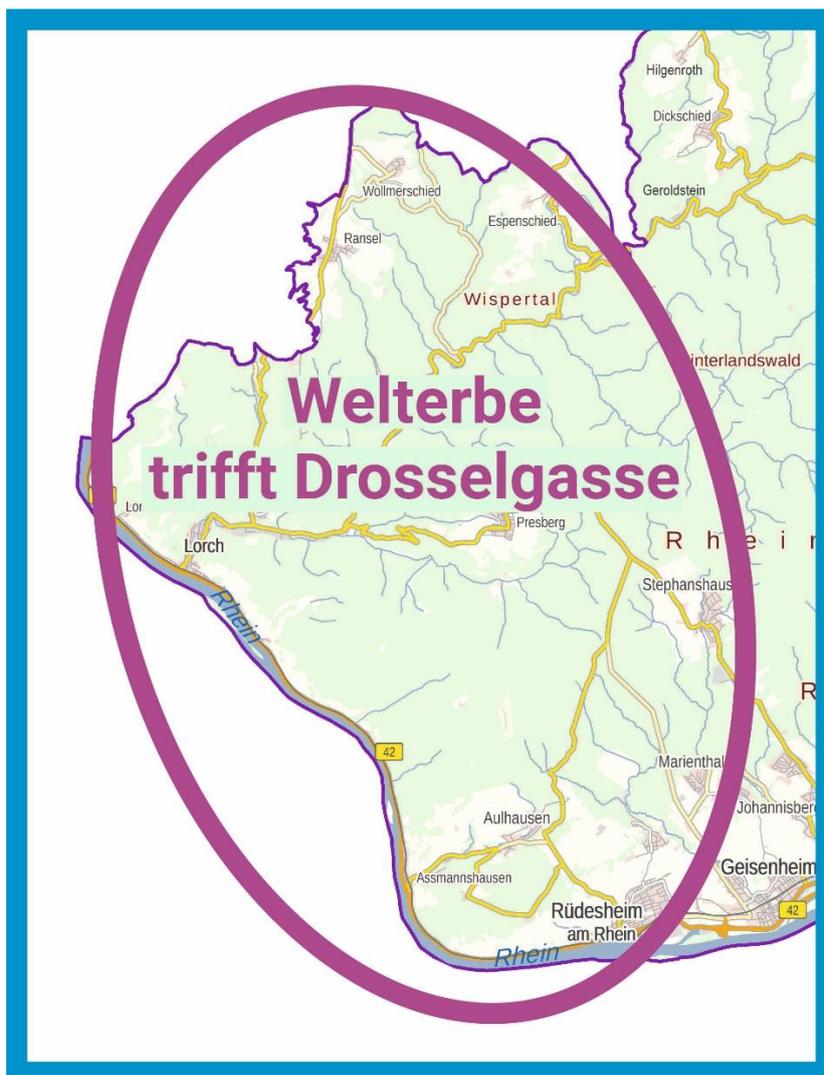


Abbildung 20: Cluster Welterbe trifft Drosselgasse

## Chancen

### Bundesgartenschau

Rüdesheim am Rhein und Lorch sind das südliche Tor der Bundesgartenschau. Sehr viele Besucher aus Richtung Frankfurt und Wiesbaden werden über diese Orte anreisen. Damit werden neue Publikumsströme erschlossen, denn mehr als eine Million Besucher werden auf der Bundesgartenschau erwartet. Diese Entwicklung könnte dem stagnierenden Tourismus in Rüdesheim am Rhein neue Impulse geben und auch Lorch davon profitieren lassen. Dabei muss das Ziel sein, dass die Besucher nicht nur das Gartenschaugelände in Rüdesheim am Rheinaufsuchen, sondern in diesem Zusammenhang auch Angebote um die Gartenschau herum wahrnehmen. In der Vermarktung könnte im Zusammenhang mit der Bundesgartenschau der Welt-erbestatus noch stärker in den Vordergrund rücken und Lorch eine Entlastungsfunktion für den Oberen Rheingau und Rüdesheim am Rhein übernehmen.

Mit der Umgestaltung des Hafens in Rüdesheim am Rhein im Zuge der Bundesgartenschau wird eine moderne Freizeitanlage geschaffen. Der öffentliche Raum könnte erheblich aufgewertet werden, wenn der Bahnübergang in Rüdesheim am Rhein wie geplant in einer Tunnelösung umgebaut würde. Der Bereich um den Rhein würde in seiner Verkehrsfunktion entlastet werden. Es wäre ein schöner Effekt, wenn diese Entwicklungen auf einige Gastronomen und Hoteliers ausstrahlen, und sie die eigene Gaststätte oder das Hotel modernisieren.

### Bleisure

„Nach Workation, der Mischung aus Work (Arbeit) und Vacation (Urlaub), kommt Bleisure – die Verbindung aus Business und Leisure, also Arbeit und Freizeit. Gemeint ist damit, dass Geschäftsreisen mit Freizeit kombiniert werden, indem Business-Trips nicht nur ein paar Tage gehen, sondern ausgedehnt werden.“ (<https://fairaway.de/reisemagazin/bleisure>)

Da das Zentrum der Metropolregion sehr nah ist, könnten die Städte Rüdesheim und Lorch von diesem neuen Reisetrend profitieren. Damit könnten sich saisonale Abhängigkeiten verringern und die Übernachtungskapazitäten und die weiteren touristischen Angebote in den Randzeiten genutzt werden. Die Megatrends, die in Lorch und Rüdesheim am Rhein genutzt werden könnten, wären damit New Work und Silver Society.

Die genannten Ideen sind nicht abschließend, sie sollen als Impulse zum Weiterdenken dienen. Selbstverständlich können in den Clustern auch andere Entwicklungen vorangetrieben werden, z.B. die Weiterentwicklung der Industrie in Geisenheim.

## Zusammenfassung: Die Wirtschaftsförderung, Megatrends und Cluster.

**Folgende Megatrends bieten Chancen für die wirtschaftliche Entwicklung im Rheingau-Taunus-Kreis:**

- New Work
- Neo-Ökologie
- Silver Society
- Gesundheit
- Konnektivität
- Wissenskultur

**Nicht eine Idee passt für alles, daher wurden fünf Cluster mit unterschiedlichen Potenzialen zur Nutzung der Megatrends gebildet:**

- Cluster: Kopf und schnell ins Herz
- Cluster: Grün mit Energie
- Cluster: Gesundheit mit Heilwasser
- Cluster: Lebensmittel und Lebensart
- Cluster: Welterbe trifft Drosselgasse

**Die genannten Ideen schließen andere Entwicklungen nicht aus. Sie sollen als Impulse zum Weiterdenken dienen.**

## 7 WEITERE FOKUSTHEMEN DER STRATEGIE

### 7.1 GEWERBEFLÄCHENMANAGEMENT

Im Rheingau-Taunus-Kreis herrscht ein Mangel an verfügbaren Gewerbeflächen und es ist für Unternehmerinnen und Unternehmer schwierig, geeignete Flächen zu finden.

#### 7.1.1 NEUE GEWERBEFLÄCHEN AUSWEISEN

Um das Defizit an Gewerbeflächen zu beheben, wird eine reine Entwicklung im Innenbereich nicht ausreichen. Um zusätzliche Unternehmen ansiedeln zu können und wie im Kapitel Megatrends zu Zukunftschancen beschrieben, neue Branchen aufzubauen und vorhandenen Un-

ternehmen Entwicklungsperspektiven im Landkreis zu geben, werden zusätzliche Gewerbeflächen benötigt. Vor allem in den Clustern Kopf und schnell ins Herz, Grün mit Energie und Lebensmittel und Lebensart kann die Ausweisung von neuen Gewerbeflächen entscheidend zur Prosperität beitragen.

Die Entwicklung neuer Flächen hat bei den vorhandenen Flächenkonkurrenzen größere Chancen, wenn interkommunal in den beschriebenen Clustern zusammengearbeitet wird. Der Pool der verwertbaren Flächen wird damit größer und die kleineren, ländlich geprägten Kommunen können im Einzelfall auch eine Entlastungsfunktion für die Kommunen mit größerer Siedlungsdichte übernehmen. Da die vorliegende Strategie nicht in die kommunale Planungshoheit eingreifen möchte, werden keine konkreten Flächen für die Weiterentwicklung der Gewerbeflächen in den Clustern vorgeschlagen. Die genaue Ortskenntnis und die Beurteilung von geeigneten Flächen liegt in der Kompetenz der kommunalen Ebene.

Die interkommunale Zusammenarbeit wird auch eine Voraussetzung dafür sein, dass neue Flächen in den Regionalplan Südhessen aufgenommen werden oder den Kommunen eine Zielabweichung vom bestehenden Regionalplan zugestanden wird.

Um langfristig auf bisher landwirtschaftlich und für den Weinanbau genutzten oder Grünflächen gewerbliche Flächen entwickeln zu können, ist die Bodenbevorratung bei den Kommunen eine wesentliche Maßnahme, um Landwirten, Winzern und anderen Flächeneigentümern Tauschflächen anbieten zu können. Ebenso sollte der Ankauf von brachfallenden Flächen z.B. im Weinbau geprüft werden.

---

### 7.1.2 POTENZIALE IN VORHANDENEN GEWERBEGBIETEN NUTZEN

Sehr viele Gewerbegebiete im Kreis bestehen schon seit mehreren Jahrzehnten. Seitdem hat sich die Struktur der Unternehmen und die benötigten Flächen bereits mehrfach gewandelt.

Um Gewerbeflächen verfügbar zu machen, muss es zunächst darum gehen, suboptimal genutzte Flächen zu finden. Dabei gilt es, sowohl die Freiflächen oder Stellplatzflächen als auch die Flächen in Gebäuden genauer zu untersuchen und auch zu prüfen, ob Synergien zwischen den einzelnen Unternehmen bestehen.

Es wird nicht gelingen, diese städtebauliche Untersuchung für alle Gewerbegebiete im Rheingau-Taunus-Kreis durchzuführen. In den nächsten Jahren könnte aber beispielhaft für zwei Gewerbegebiete, eines im Untertaunus und eines im Rheingau, eine entsprechende Betrachtung erfolgen. Die Ergebnisse der Untersuchung können allen Kommunen zur Verfügung gestellt werden, um Impulse für die eigene Gewerbeflächenentwicklung abzuleiten.

Eine weitere Maßnahme, die Potenziale in vorhandenen Gewerbegebieten heben kann, ist die Überprüfung der Festsetzungen in Bebauungsplänen. Es ist davon auszugehen, dass in einigen Bereichen die Möglichkeit besteht, das Maß der baulichen Nutzung zu erhöhen.

---

### 7.1.3 BESTEHENDE GEWERBEFLÄCHEN ERHALTEN

Solange nur wenige Flächen für die Neuansiedelung oder die Vergrößerung von Unternehmen zur Verfügung stehen, muss alles darangesetzt werden, dass bestehende Gewerbeflächen erhalten bleiben. Dazu gehört einerseits, dass die Flächen nicht umgenutzt werden, andererseits aber auch, dass die Nutzung der Flächen nicht im Vergleich zum Bestand eingeschränkt wird, weil beispielsweise Nutzungskonflikte mit Wohnbebauung entstehen.

---

### 7.1.4 VORHANDENE FLÄCHEN BESSER VERMARKTEN

Die Aktivierung von Flächen kann nur erfolgreich sein, wenn die Flächen von der Zielgruppe - den Unternehmerinnen und Unternehmern - auch gefunden werden. Um dieses Ziel zu erreichen, sollen zwei Maßnahmen ergriffen werden.

#### **Professionelle Angebotsplattform**

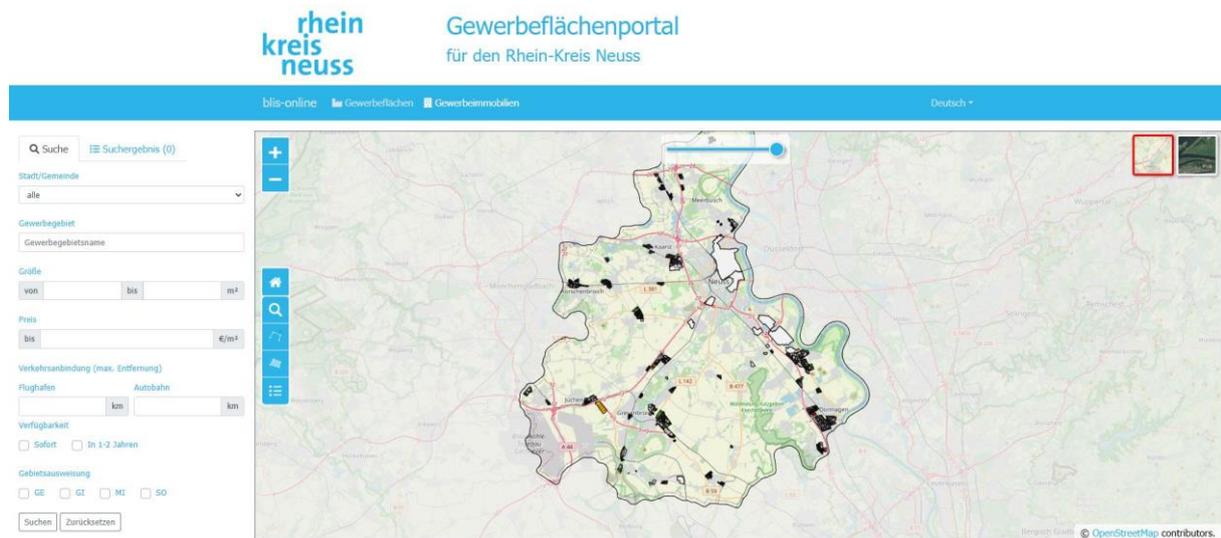
Vorhandene Gewerbe- und Handelsflächen sind oft nur kommunal bekannt. Zukünftig soll auf der Basis der beiden Webseiten TaunusConnect und RheingauConnect eine professionelle Angebotsplattform für Gewerbeflächen entstehen. Die beiden räumlich zugeschnittenen Internetportale [www.rheingau-connect.de](http://www.rheingau-connect.de) und [www.taunus-connect.de](http://www.taunus-connect.de) tragen im Rheingau wie im Taunus dazu bei, die Wirtschaft im ländlichen Raum zu stärken, den gravierenden Fachkräftemangel zu lindern und so die werktäglichen Pendlerströme nach Wiesbaden und in das Rhein-Main-Gebiet auszudünnen. Es handelt sich um Plattformen für die Region mit den sechs Modulen Job-Portal, Wissens-Portal, Gesundheits-Portal, Service-Portal, Gewerbeflächen-Portal und Schaufenster. Das Weiterleiten von Unternehmen auf diese Seiten hat zudem den Vorteil, dass sie dort die anderen Angebote wahrnehmen.

Auf den beiden Webseiten sollen Unternehmerinnen und Unternehmer in Flächensteckbriefen alle wesentlichen Informationen finden, mindestens aber zu:

- Lage der Fläche
- Größe der Fläche
- Nutzbarkeit der Fläche
- Luftbilder
- Kosten
- Kontakte

Ein solcher Steckbrief kann gemeinsam mit den kommunalen Wirtschaftsförderungen erarbeitet werden. Damit hoher Traffic auf der Plattform entsteht, muss zuverlässig und dauerhaft von allen Kommunen im Kreis Content generiert werden. Sie muss außerdem von möglichst vielen Partnern kommunal und auf der regionalen Ebene, sowie gezielt überregional verlinkt werden.

Ein gutes Beispiel für eine Plattform ist das Gewerbeflächenportal des Rhein-Kreises Neuss.



**Abbildung 21: Gewerbeflächenportal Rhein-Kreis Neuss**

Quelle: <https://www.gewerbeflaechen-rkn.de/commercialspace/de>

## Offensive Vermarktung der vorhandenen Flächen

Die bisherige gängige Praxis bei der Vermarktung der Flächen stellt sich so dar, dass eine Anfrage von einem Unternehmen eingeht und dann nach einer geeigneten Fläche gesucht wird. Wenn zukünftig hochwertige Gewerbeflächen im Kreis, der Teil der Metropolregion RheinMain ist, geschaffen oder frei werden, sollte der „Spieß umgedreht werden“. Die Wirtschaftsförderung des Kreises sollte gemeinsam mit den kommunalen Wirtschaftsförderungen und den regionalen Partnern an den Markt gehen, die Flächen aktiv vermarkten und passende Unternehmen suchen. Nur so kann Einfluss auf den Branchenmix genommen und die Zahl der entstehenden Arbeitsplätze gesteigert werden. Dadurch wird auch dafür gesorgt, dass Gewerbeflächen nicht Standorte für Nutzungen werden, die besser im innerörtlichen Kontext zu finden wären.

## 7.2 ONE-STOP-AGENCY

### 7.2.1 WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG ALS LOTSE

Wirtschaftsförderung ist eine Dienstleistung vor allem für Unternehmerinnen und Unternehmer. Die Standards in Verwaltungsprozessen sind in den letzten Jahren oft gestiegen, so dass

Unternehmerinnen und Unternehmer zunehmend mehr Aufwand haben, um Leistungen zu beantragen oder Genehmigungen zu erhalten. An dieser Stelle setzt die Maßnahme an, die Wirtschaftsförderung des Kreises zu einer **One-Stop-Agency (OSA)** auszubauen.

Unternehmen benötigen klare Ansprechpersonen für Ihre Anliegen. Eine One-Stop-Agency soll die zentrale Anlauf- und Servicestelle sein, die eine Vielzahl von Dienstleistungen aus einer Hand anbietet, um Prozesse für die Unternehmen zu vereinfachen. Es sollen alle nötigen bürokratischen Schritte, die zur Zielerreichung notwendig sind, an einer Stelle gebündelt werden. Die One-Stop-Agency ist somit als zentraler Unternehmens- und Wirtschaftsservice das Bindeglied zwischen Wirtschaft, Verwaltung sowie weiteren Organisationen und Institutionen. Sie initiiert, begleitet und koordiniert Projekte und Maßnahmen und „bändigt damit das Behördenmonster“.

Für alle Aufgaben und Beratungsleistungen wie

- Unterstützung und Beratung bei Unternehmenserweiterungen, Umsiedlungen und Neuansiedlungen,
- Unterstützung bei der Suche und Beantragung von Fördermitteln,
- Unterstützung bei Gründungsthemen,
- Vermittlung von Gewerbeflächen und Immobilien,
- Begleitung von Projektentwicklungen,
- Klärung von Rahmenbedingungen,
- Koordinierung aller Behörden und Institutionen

soll ein Ansprechpartner zur Verfügung stehen, der den Prozess vom ersten bis zum letzten Schritt begleitet. Dabei ist es nicht erforderlich, dass die Wirtschaftsförderung über sämtliche Informationen verfügt oder alle Leistungen selbst anbietet. Vielmehr übernimmt sie die Lotsenfunktion für die Unternehmerinnen und Unternehmer, koordiniert Prozesse und Termine, sucht Lösungen und schafft einen Interessenausgleich.

Im behördlichen Alltag bearbeitet jede Behörde aufgrund der sektoralen Gliederung ihre eigenen fachlichen Bereiche und Aspekte. Das führt manchmal dazu, dass die Unternehmen aus Sicht der einen Behörde eine Zustimmung zu ihrem Projekt erhalten, aus der Sicht einer anderen Behörde eine Ablehnung. Um solche Konflikte zu vermeiden, sollen **Scoping-Termine** als Methode angewandt werden. Das sind Termine, in denen alle Behörden und Institutionen an einen Tisch geholt werden und alle Belange, die ein Vorhaben betreffen, besprochen werden. So soll ein Interessenausgleich geschaffen und Vorhaben möglich gemacht werden. Ebenso dienen die Termine dazu, dem Unternehmer oder der Unternehmerin ein verbindliches Datum zu nennen, bis wann über das Anliegen entschieden wird.

Besonders gewinnbringend wären die Angebote einer OSA für **Gründerinnen und Gründer**. Wie oben beschrieben, gibt es ein großes Gründungsbiotop im Rheingau-Taunus-Kreis mit vielfältigen Beratungsprozessen für Gründerinnen und Gründer. Der Schwerpunkt dieser Beratungsleistungen und Netzwerkangeboten liegt aber auf der betriebswirtschaftlichen Beratung. Eine

OSA kann ergänzend dazu bei behördlichen Prozessen begleiten, vor denen Gründerinnen und Gründer in der Regel das erste Mal stehen.

---

## 7.2.2 WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG ALS NETZWERKKNOTEN-PROFESSIONELLES STAKEHOLDERMANAGEMENT

Das Netzwerk der Wirtschaftsförderung im Rheingau-Taunus-Kreis ist, wie bereits beschrieben, vielfältig. Da alle Stakeholder vor den gleichen Herausforderungen stehen, arbeiten sie auch an vergleichbaren Projekten und Angeboten z.B. zur Beseitigung des Fachkräftemangels und es entstehen Doppelstrukturen und konkurrierende Veranstaltungen.



**Abbildung 22: Wir sitzen alle in einem Boot**

Quelle: Adobe Stock

Um das zu vermeiden, soll ein professionelles Stakeholdermanagement aufgebaut werden. Während der Erarbeitung dieser Strategie wurden sehr gute Erfahrungen damit gemacht, in Workshops mit den Netzwerkpartnern zusammenzuarbeiten. Es wurde in vier Gruppen gearbeitet:

- Fachdienste der Kreisverwaltung intern
- Institutionelle Partner und Kammern (IHK, HWK, ProJob...)
- Kommunale Wirtschaftsförderungen
- Exzellenzboard mit Unternehmern

Diese Gruppen werden sich auch zukünftig zweimal jährlich treffen, um aktuelle Themen aufzugreifen, sich über geplante Projekte zu informieren, Schnittstellen zu definieren und Synergien zu bilden. Das Interesse an diesen Treffen besteht bei den Partnern. So kann doppelte

Arbeit vermieden werden, voneinander gelernt und gemeinsam mehr Schlagkraft entwickelt werden.

---

### 7.2.3 WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG FÜR BESTANDSUNTERNEHMEN

Die Bestandsunternehmen sind die Basis dafür, dass der RTK im Ranking der Landkreise in Deutschland im oberen Drittel liegt, und sie sind der Motor der weiteren wirtschaftlichen Entwicklung. Viele hier ansässige Unternehmen erweitern sich und schaffen neue Arbeitsplätze. Hinzu kommt, dass sie nicht erst vom Standort Rheingau-Taunus-Kreis überzeugt werden müssen, denn sie sind bereits hier. In ihrem Netzwerk können sie auch wichtige Multiplikatoren in der Außenkommunikation sein.

#### **Unternehmensdatenbank**

Um mit den Bestandsunternehmen Kontakt zu halten und ihre Bedürfnisse zu ermitteln, muss man sie alle kennen. Bisher verfügt die Wirtschaftsförderung nicht über eine Unternehmensdatenbank, in der die im Kreis ansässigen Unternehmen verzeichnet sind. Der Grund dafür waren bisher die hohen Kosten, die durch eine Unternehmensdatenbank entstehen.

Im Rheingau-Taunus-Kreis wird aber eine Angebotsplattform für Stellen, die Jobzentrale betrieben. In der Jobzentrale werden alle gängigen Jobportale wie Indeed, Monster, Stepstone u.a. ausgewertet. Zum Stand 25. April 2025 werden auf dem Portal 93.853 Stellen angeboten. Aus dieser Datenbank lässt sich für einen geringen vierstelligen Betrag im Jahr eine Unternehmensdatenbank generieren, die für die Wirtschaftsförderung erforderliche Filterfunktionen wie Branche oder Ort enthält. Eine solche Unternehmensdatenbank ist das Basiswerkzeug für die Pflege von Bestandsunternehmen.

#### **Key-Account-Management für Schlüsselunternehmen**

Im Landkreis gibt es einige Schlüsselunternehmen, die besonders viele Personen beschäftigen, besonders innovativ sind oder besonderen Entwicklungsbedarf haben. Für sie soll ein Key-Account-Management System aufgebaut werden. Der Key-Account-Manager kümmert sich um die Schlüsselkunden, sorgt für den Erhalt der Beziehungen zu den Schlüsselkunden und initiiert in regelmäßigen Abständen den Kontakt zu den Unternehmen.

#### **Unternehmensfrühstück „Um 10 mit Zehner“**

Jährlich findet ein Austauschtreffen der Unternehmerinnen und Unternehmer im Kreis unter dem Titel Wirtschaftsdiallog statt. In dieser gemeinsamen Mittagspause werden aktuelle Themen aufgegriffen, z.B. das Thema Fachkräftesicherung und Impulse von externen Referenten gegeben. Der einzelne Unternehmer hat im Rahmen dieses Formates aber kaum die Möglichkeit, seine Aktivitäten zu präsentieren.

Daher wird ein Unternehmensfrühstück unter dem Titel „Um 10 mit Zehner“ geplant. Die Frühstücke sollen in Unternehmen stattfinden, die innovative Ideen haben, neu in der Region sind, stark expandieren oder andere besondere Aspekte aufweisen. Zu dem Treffen werden benachbarte Unternehmen oder andere Unternehmen aus dem Kreis in vergleichbaren Branchen eingeladen.

So hat der einladende Unternehmer die Möglichkeit, sein Unternehmen zu präsentieren und das Netzwerk der Unternehmer untereinander wird gestärkt. In der Kommunikation nach außen können diese guten Beispiele dazu dienen, einen positiven Blick auf die Wirtschaft im Kreis zu gewinnen.

### 7.3 AUSSENKOMMUNIKATION UND STANDORTMARKETING

#### 7.3.1 SICHTBARKEIT DER ANGEBOTE DER WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG

Wenn neue Angebote geschaffen werden, muss man sie auch finden können. Die Webseite des Rheingau-Taunus-Kreises und die Unterseiten bieten aktuell nur unzureichende Informationen über die Wirtschaftsförderung.

Auf der Homepage des Rheingau-Taunus-Kreises sind Informationen der Wirtschaftsförderung und zum Breitbandausbau unter dem Menüpunkt „Informieren & Beantragen“ und darunter unter „Wirtschaft & Regionalentwicklung“ sowie den Stichpunkten „Förderprogramme & Existenzgründung“, „Statistik“ und „Wirtschaft“ zu finden.

- Als Beispiel ist der Menüpunkt „Wirtschaft“ genannt. Wesentliche Elemente darunter sind Informationen zu:
  - Ausbildungs- und Arbeitsmarktstrategie
  - Gewerbeflächen
  - Gewerberecht
  - Handwerkerparkausweis
  - RTK-RegioWeiser – Plattform für Unternehmen der Region
  - Rheingau-Connect und Taunus-Connect
  - Imagebroschüre RTK

<https://www.rheingau-taunus.de/informieren-beantragen/wirtschaft-regionalentwicklung/>

Der Auftritt der Wirtschaftsförderung muss zusammengeführt werden und es muss für jeden Partner und Kunden das Angebotsportfolio und die Ansprechpartner deutlich sichtbar werden.

### 7.3.2 STANDORTMARKETING

Das Standortmarketing des Kreises beschränkt sich im Moment auf eine Imagebroschüre, die im November 2023 veröffentlicht wurde: „Der Rheingau-Taunus-Kreis – vielseitig, vernetzt und zukunftsweisend“. Dort sind die wesentlichen Faktoren zum Arbeitsmarkt sowie zum Bildungs-, Lebens- und Wirtschaftsstandort dargestellt. Darüber hinaus Informationen zu Kultur, Landschaft und Tourismus enthalten. Die Broschüre ist u. a. über die Homepage des Kreises abrufbar.



**Abbildung 23: Deckblatt Imagebroschüre Rheingau-Taunus-Kreis**

Quelle: <https://www.rheingau-taunus.de/informieren-beantragen/wirtschaft-regionalentwicklung/wirtschaft/imagebroschure-rtk/>

Zudem sind Informationen auf den Internetportalen wie Taunus-Connect, Rheingau-Connect zu finden. Ergänzend dazu gibt die IHK regelmäßig Standortprofile für die einzelnen Kommunen im Rheingau-Taunus-Kreis heraus.

Die Informationen in diesen Veröffentlichungen zeigen aber kein klares Standortprofil der Region, das für Unternehmerinnen und Unternehmer oder potentielle Arbeitnehmerinnen greifbar ist, die 500 km oder weiter entfernt ansässig sind

Wenn mit der Strategie, das Ziel verfolgt wird, dass wirtschaftliche Dynamik entsteht, dann sollte diese Dynamik auch nach außen getragen werden. Dafür werden die bisherigen Angebote nicht ausreichen. Gemeinsam mit den Partnern der Wirtschaftsförderung muss an einer Kampagne zum Standortmarketing gearbeitet.

Im Rahmen der Erarbeitung muss geklärt werden, mit welchen Vorteilen der Standort nach außen präsentiert werden soll. Es muss auch darüber nachgedacht werden, welche Kanäle unsere verschiedenen Zielgruppen, die Unternehmer und die Arbeitnehmer nutzen und welche Messen und Veranstaltungen von Interesse sein könnten.

---

### 7.3.3 ERFOLGSKOMMUNIKATION

Die Unternehmerinnen und Unternehmer im Kreis haben berichtet, dass Unternehmen und Gewerbegebiete häufig als störend wahrgenommen werden. Damit sich diese Wahrnehmung ändert, sollte auch eine Kommunikation nach innen aufgebaut werden. Diese Kommunikation kann auf der Basis der guten Beispiele aufgebaut werden. Unter dem Motto „Was macht eigentlich?“ können gemeinsam mit den kommunalen Wirtschaftsförderungen Betriebe im Kreis auf den Kommunikationskanälen des Kreises und der Partner vorgestellt werden. Ebenso sollte die Entwicklung von neuen Standorten kommunikativ begleitet werden. Vielleicht entsteht so in einigen Teilen der Bevölkerung mehr Verständnis für Unternehmen. Im besten Fall werden benachbarte Unternehmen und das Gewerbegebiet in der Nähe nicht mehr als störend wahrgenommen, sondern als Ort, an dem die Kinder und Enkel in der Nähe Arbeit finden können.

## 7.4 ARBEITSKRÄFTE- UND FACHKRÄFTESICHERUNG

Fachkräfteengpässe prägen seit mehreren Jahren auch den Arbeitsmarkt im Rheingau-Taunus-Kreis. Der demografische Wandel verstärkt diesen Engpass, da die Bevölkerung altert und sich dadurch das Verhältnis von Erwerbstätigen und Ruheständlern verändert. Unternehmen können ihre offenen Stellen oft nur verzögert oder gar nicht mit geeigneten Arbeitskräften besetzen. Eine spezielle Herausforderung für den Landkreis ist die Konkurrenz durch die direkte Nähe großer und attraktiver Arbeitgeber im Ballungsraum und in den Oberzentren Wiesbaden, Mainz und Frankfurt am Main.

Auch wenn derzeit die Zahlen der Arbeitslosen ein wenig steigen, wird der demografische Wandel auf jeden Fall bedeuten, dass zukünftig nicht alle Stellen nachbesetzt werden können. Wie bereits unter Kapitel 3.3 dargestellt, werden im Rheingau-Taunus-Kreis im Jahr 2030 rund 6.000 Fachkräfte fehlen. Der Arbeitsmarkt hat sich deutschlandweit zu einem Arbeitnehmermarkt gewandelt. Allerdings stellte sich in den letzten Jahren die Frage, ob alle verantwortlichen Akteure schon genau wissen, was zukünftig auf sie zukommt. Daher sollte ein Angebot der Wirtschaftsförderung sein, die Arbeitgeber fit für den demografischen Wandel zu machen.

---

#### 7.4.1 WIR MACHEN ARBEITGEBER FIT FÜR DEN DEMOGRAFISCHEN WANDEL

Auf der einen Seite wird es in Zukunft den idealen Arbeitnehmer für eine Stelle nur noch selten geben. Auf der anderen Seite haben es Menschen mit Beeinträchtigungen, ältere Menschen oder Menschen mit besonderen Bedarfen immer noch sehr schwer, im Ersten Arbeitsmarkt Fuß zu fassen. Der Blick der Arbeitgeber auf diese Zielgruppen potenzieller Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer muss geschärft werden. Unternehmerische Verantwortung bedeutet hier u.a., dass Qualifikationsleistungen bei gelingender Integration oder Inklusion auch im Unternehmen erbracht werden können. Dies erfordert eine grundsätzliche Bereitschaft zum Paradigmenwechsel: Zuerst zählt die Motivation, danach lassen sich Sprache und Fachkenntnisse lernen oder verbessern.

Einige Unternehmen im Kreis gelingt das bereits besonders gut. Hier soll insbesondere auf die Gewinner des Integrationspreises 2024 hingewiesen werden:

1. Platz: Philipp Ebel und Sohn GmbH & Co. KG
2. Platz: Backhaus Dries GmbH
3. Platz: ERNST SCHMITZ Logistics & Technical Services GmbH und Fixhands

Vom Wissen dieser Unternehmen könnten andere Unternehmen profitieren, wenn Unternehmenspatenschaften organisiert werden, damit die Unternehmen voneinander lernen. Regelmäßige begleitende Foren, in denen gute Beispiele vermittelt werden, wie sich Unternehmer auf dem sich ändernden Arbeitsmarkt positionieren und bei Arbeitnehmern bewerben, können dieses Angebot ergänzen.

---

#### 7.4.2 JUNGE MENSCHEN IM KREIS HALTEN

Obwohl der Rheingau-Taunus-Kreis eine vielfältige und sehr gute Bildungslandschaft aufweist, wandern viele junge Menschen für ihre Ausbildung oder ihr Studium ab. Sie wieder zurückzuholen ist wesentlich schwieriger, als ihnen mit guten Angeboten eine Bleibeperspektive zu bieten.

Um die vorhandenen Ausbildungsangebote bekannt zu machen, werden an verschiedenen Orten im Kreis klassische Ausbildungsmessen oder Berufsbildungstage und Informationsveranstaltungen in Schulen organisiert. Ob das die Interessen der Zielgruppe -die Jugendlichen- immer trifft, darf bezweifelt werden.

### **Take-off für Azubis**

Daher soll ein neues Veranstaltungsformat ausprobiert werden, das Take-off Festival für Azubis. In der ungezwungenen Atmosphäre eines Festivals sollen die Adressaten – Schülerinnen und Schüler, Jugendliche, Studienzweifler, Studienabbrecher, zukünftige Auszubildende, junge Talente u.a. – besser erreicht werden als über eine traditionelle Messe. Dieses Take-Off Festival mit einem Bühnenprogramm, umrahmt von lokalen und überregionale Acts aus allen denkbaren und geeigneten Sparten, wie Musik, Comedy, Poetry Slam u.v.m. hat die gleiche Zielsetzung: Unternehmen stellen sich vor und beantworten alle Fragen direkt und persönlich. Berufswege werden aufgezeigt und Karrieremöglichkeiten im Unternehmen erläutert.

Mit Unterstützung einer professionellen und zielgruppengerechten Moderation präsentieren sich die zukünftigen Arbeitgeber und auch Hochschulen über lockere Interviews oder Pitches mit unterschiedlichen Playern. Die Maxime lautet: Kurz, prägnant, kurzweilig – und kreativ. Die erste Veranstaltung ist für den Spätsommer 2026 im Freibad in Eltville geplant. Bewährt sich das Format, ist eine Fortsetzung geplant.

### **Duale Studiengänge aufbauen**

Immer mehr junge Menschen entscheiden sich für einen akademischen Bildungsweg und nicht mehr für die klassische Ausbildung. Der akademische Bildungsweg führt sie aber häufig in die benachbarten Großstädte oder in andere Studienorte.

Um eine Bindung von Nachwuchskräften an die Unternehmen in der Region zu schaffen, sollte mit den Unternehmen im Kreis und den hier ansässigen drei Hochschulen sowie den Hochschulen in der Nähe über den Aufbau von Dualen Studiengängen verhandelt werden. So können praktische und theoretische Ausbildungsanteile vereint werden, die Studierenden erhalten eine Ausbildungsvergütung und es wird ein Anreiz geschaffen, im Kreis zu bleiben.



**Abbildung 24: Hochschule Geisenheim University**

Quelle: Wirtschaftsförderung Rheingau-Taunus-Kreis

### **Ausbildungsradar etablieren**

Beim Ausbildungsradar handelt es sich um eine digitale Plattform, die in Wiesbaden bereits vorhanden ist und auf den Rheingau-Taunus-Kreis ausgeweitet werden soll (<https://ausbildungsradar.de/wiesbaden-rheingau-taunus>). Das Ausbildungsradar verbindet Schüler und Unternehmen miteinander. Einige Unternehmen haben mehr geeignete Bewerber auf Ausbildungsplätze als verfügbare Stellen. Andere Unternehmen derselben Branche finden keine Auszubildenden. Kann ein Unternehmen nicht alle Talente einstellen, können die nicht berücksichtigten Bewerber mit einem Einladungslink auf eine Registrierung bei dem Ausbildungsradar hingewiesen werden. Der Schüler bekommt so die Möglichkeit über die Plattform eine andere Firma zu finden, die denselben Ausbildungsberuf anbietet und noch offene Ausbildungsstellen zu vergeben hat. Andersherum können auch Unternehmen ihre offenen Ausbildungsstellen auf der Plattform registrieren.

### **Nachfolger finden**

Die oben genannten Maßnahmen haben die Zielsetzung junge Menschen für heimische Unternehmen zu interessieren und sie im besten Fall an diese Unternehmen zu binden. Damit sind die Maßnahmen auch dafür geeignet, das Problem der fehlenden Unternehmensnachfolge zu reduzieren, denn eine Vielzahl der Betriebsnachfolger kommt nicht von außen in das Unterneh-

men, sondern aus dem eigenen Unternehmen. Derzeit besteht ein Mismatch zwischen Suchenden und Übergebenden. Im Jahr 2023 fanden deutschlandweit 28 % der Unternehmen keinen Nachfolger und mussten schließen.

## 7.5 VERBESSERUNG DER STANDORTBEDINDUNGEN

Als wesentliche Standortnachteile wurden im Kapitel 3.7

- die öffentliche Mobilität,
- die hohen Kosten für Wohnen und Immobilien,
- die teilweise fehlenden oder zu kurzen Kinderbetreuungszeiten

genannt.

Um die Attraktivität eines Standortes zu erhalten, sollten Maßnahmen ergriffen werden, um diese Nachteile auszugleichen. Ebenso ist es wichtig, die Attraktivität des Standorts zu erhalten, u.a. durch den Ausbau der digitalen Infrastruktur und die Verbesserung der Lebensqualität durch Investitionen in den Tourismus und die Naherholung.

---

### 7.5.1 MOBILITÄT

In den Jahren 2020 und 2021 hat sich der Rheingau-Taunus-Kreis sehr intensiv mit dem großen Thema Mobilität beschäftigt und eine sehr ausführliche und umfangreiche Mobilitätsstrategie erstellt. In den vergangenen Jahren wurden bereits einige Maßnahmen, die im Mobilitätskonzept erarbeitet wurden, umgesetzt. Dazu zählen unter anderem die Verdichtung der Bus-Takte, die Einführung der Kreisquerverbindung und zusätzliche „On Demand Verkehre“.

Die wichtigste Maßnahme im öffentlichen Verkehr ist die Reaktivierung der Aartalbahn. Sie kann den zentralen Kreisteil an das Schienennetz anbinden und damit ein Rückgrat für eine leistungsfähige öffentliche Verkehrserschließung bilden kann. Die Verbindung von Bad Schwalbach nach Wiesbaden, die einen Nutzen-Kosten-Koeffizienten von mehr als zwei hat, kann die Straßenverbindung entlasten und leistungsfähig die Pendlerverkehre abwickeln. Zudem trägt die Schienenverbindung dazu bei, dass Bad Schwalbach und Taunusstein attraktivere Wohnstandorte werden. Weitere Projekte wie die Verlängerung der S 2 nach Idstein und die Beseitigung des Bahnübergangs in Rüdesheim am Rhein müssen weiterverfolgt werden.

Neben den geplanten Maßnahmen im Bahnverkehr ist es aber auch wesentlich für die wirtschaftliche Entwicklung des Kreises, dass bestehende Bahnverkehre funktionieren. Zuletzt kam es auf der Rheingaulinie immer wieder zu Zugausfällen, die nicht nur für Arbeitnehmerin-

nen und Arbeitnehmer ärgerlich sind, sondern auch die touristische Wertschöpfung einschränken. Hier müssen die Bemühungen von DB, RMV und VIAS aufrechterhalten werden, um den Bahnverkehr zukünftig zuverlässig zu gestalten.

In der Fläche des Kreises erfolgt die öffentliche Erschließung des Kreises durch Busverkehre. Hier gibt es im neuen Nahverkehrsplan Wiesbaden Rheingau-Taunus den Ansatz, das Angebot durch flächenhafte On-Demand-Verkehre in den weniger dicht besiedelten Kreisteilen optimaler an die Nachfrage anzupassen.

Eine besondere Herausforderung ist der Erhalt der Infrastruktur und der Versorgungsstandards, wenn die kommunalen Haushalte immer belasteter sind.

---

#### 7.5.2 WOHNUNGSMARKT/ BETRIEBLICHES WOHNEN

Die Lage auf dem Wohnungsmarkt ist in vielen Orten im Rheingau-Taunus-Kreis deutlich angespannt und die Engpässe im Bereich von bezahlbarem Wohnraum nehmen jährlich zu. Besonders hoch sind die Preise im oberen Rheingau und im südlichen Idsteiner Land. Nachdem das Marktumfeld im Moment für den Bau von bezahlbaren Wohnungen schwierig ist, wird sich voraussichtlich auch in den nächsten Jahren keine große Entlastung auf dem Wohnungsmarkt einstellen. Gerade kleinere, günstige Wohnungen fehlen.

Umso wichtiger ist es, dass die Unternehmen den Aspekt Wohnen bei der Mitarbeitergewinnung mitdenken. Hier gibt es verschiedene Ansätze, um den Mitarbeitenden den Zugang zum Wohnungsmarkt erleichtern:

Ein Ansatz ist die Wohnungssuche durch das Unternehmen. Gibt ein Unternehmen ein Wohnungsgesuch auf oder bewirbt sich für einen Mitarbeiter um ein Wohnungsgesuch, dann steigen der Erfahrung nach die Chancen für den Bewerber.

Ein weiterer Baustein kann die Anmietung oder der Ankauf von Wohnraum durch Unternehmen sein. Das kann gerade für Auszubildende, in Branchen mit häufigem Arbeitnehmerwechsel z.B. in der Gastronomie oder für Mitarbeiter, die nicht in der Nähe des Unternehmens wohnen, ein Faktor sein, eine Tätigkeit aufzunehmen.

Für Unternehmen mit einem größeren Personalbestand wäre auch der Neubau von betrieblichen Wohnungen unter Inanspruchnahme der Fördermittel der Wohnungsbauförderung denkbar. Da es im Kreis nur wenig größere Unternehmen gibt, könnte es um die Wirtschaftlichkeit von Projekten zu erreichen, gemeinsame Initiativen mehrerer Unternehmen geben. Wichtig ist, dass in diese Initiativen auch die Standortkommunen eingebunden werden. Ein entscheidender Faktor für den Bau von günstigem Wohnraum ist die Bereitstellung von Grundstücken zu einem günstigen Preis. Hier können im Rahmen der kommunalen Bauleitplanung Lösungen gefunden werden.

---

### 7.5.3 SOZIALE INFRASTRUKTUR

Eine Ursache für die insgesamt größeren Herausforderungen der Wirtschaft und insbesondere auf dem Arbeitsmarkt ist der demografische Wandel. Wenn man es in einem Satz zusammenfassen möchte: Es fehlt die nachfolgende Generation, die Kinder.

Wenn sich dieses Problem nicht in den nächsten Jahren weiter verschärfen soll, dann brauchen wir eine kinderfreundliche Umgebung. Dazu gehört vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Entwicklung vor allem die Themen Vereinbarkeit von Familie und Beruf und Betreuungsangebote für Kinder. Hinsichtlich der Vereinbarkeit von Familie und Beruf haben sich viele Unternehmen in den letzten Jahren auf den Weg gemacht und Konzepte entwickelt. Diese Dynamik sollte in den nächsten Jahren weiterbestehen.

Mit Blick auf die Betreuungsangebote für Kinder geht die Tendenz in den letzten Jahren eher dahin, dass Betreuungsangebote für Kinder immer weiter eingeschränkt werden. Möchte man Eltern für den Arbeitsmarkt aktivieren und die Teilzeitquoten reduzieren, dann ist der Ausbau der Betreuungsinfrastruktur mit zuverlässigen Betreuungszeiten unerlässlich, auch wenn die Kosten für die öffentliche Hand enorm sind.

Ein weiterer Aspekt, der dazu beitragen kann, dass der Kreis kinderfreundlicher wird, ist die besondere Berücksichtigung von Familien bei der Vergabe von neu geschaffenem Bauland für die Errichtung von Wohneigentum. Hier gibt es zahlreiche rechtssichere Baulandmodelle, die die Zahl der Kinder bei der Vergabe der Grundstücke als ein wesentliches Kriterium definieren.

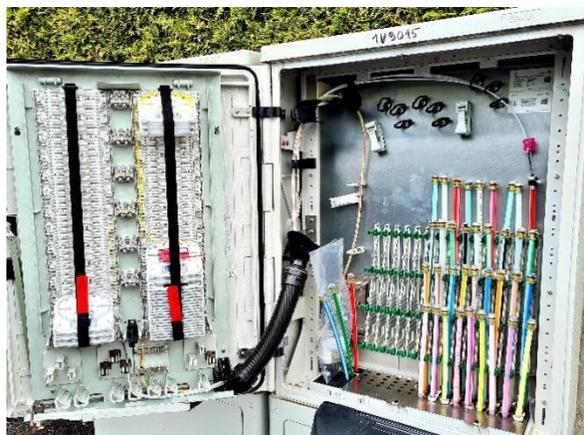
---

### 7.5.4 DIGITALE INFRASTRUKTUR

Sehr schnelles Internet mit hohen Bandbreiten ist für Unternehmen ein entscheidender Standortfaktor zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit, für gut bezahlte sowie neue Arbeitsplätze. Eine unzureichende Breitbandversorgung geht inzwischen auch mit direkten Wirtschaftskraftverlusten einher, weil innovative Datenmodelle, digitale Prozesse und Geschäftsmodelle nicht entwickelt oder umgesetzt werden können.

Das sogenannte „Weiße-Flecken-Breitbandausbauförderprogramm“ im gesamten Rheingau-Taunus-Kreis wurde durch die Deutsche Telekom bautechnisch abgeschlossen. Der Rheingau-Taunus-Kreis ist durch dieses Ausbauprojekt im hessen- und bundesweiten Vergleich gut bis sehr gut aufgestellt. Im Kreisgebiet gibt es rund 53.000 Adresspunkte mit 90.000 Haushalten bzw. gewerblichen Standorten und institutionellen Anschlüssen. Über 90 % der Anschlüsse verfügten im letzten Jahr über einen FTTC-Vectoring-Ausbau mit Bandbreiten > 100 Mbit/s im Download. Rund 67 %, also 35.500 aller Adressen, sind bereits mit gigabitfähigen Kabelanschlüssen (57 %) oder Glasfaseranschlüssen/FTTH (10 %) versorgt.

Um den Wirtschafts-, Arbeits- und Lebensraum Rheingau-Taunus-Kreis noch attraktiver für die Zukunft zu machen und innovative Branchen anzuziehen, muss die Versorgung mit flächendeckendem FTTH-Ausbau weiter zügig vorangetrieben werden. Im Vordergrund steht dabei in den nächsten Jahren der eigenwirtschaftliche Ausbau. Dazu wurden und werden Kooperationen zwischen den Kommunen des Kreisgebietes und Telekommunikationsunternehmen abgeschlossen. Bei Bedarf werden auch die neuen Förderprogramme berücksichtigt. Die Zeitspanne für den weiteren Breitband-Ausbau zum flächendeckenden Glasfasernetz reicht bis ca. 2025/2030.



**Abbildung 25: Verteilerschrank Telekommunikation**

Quelle: Wirtschaftsförderung Rheingau-Taunus-Kreis

Im Mobilfunkausbau hat sich durch das hessische Förderprogramm zur Schließung der letzten weißen Flecken im Kreisgebiet eine Förderung von zwei Mobilfunkmasten in Heidenrod ergeben. Die Fördermittel konnten im Dezember 2024 beantragt werden. Es handelt sich um eine 100%-Förderung des Landes. Trotz der aktuell guten Versorgungslage sind in beiden Themenfeldern für die kommenden Jahre immer wieder Förderprojekte mit Fördermittelabrufen und Projektkoordination unumgänglich.

---

#### 7.5.5 LAND- UND WEINWIRTSCHAFT, TOURISMUS UND NAHERHOLUNG

Die hohe Lebensqualität ist ein wesentlicher Standortvorteil des Rheingau-Taunus-Kreises. Für den Erhalt der hohen Lebensqualität, sind Landwirtschaft, Weinbau und Tourismuswirtschaft von entscheidender Bedeutung.

Diese Branchen tragen zur Erhaltung der Kulturlandschaft und zur Schaffung von Angeboten zur Naherholung bei. Zudem initiieren diese Unternehmen oft regionale Wertschöpfungsketten, die zur Resilienz der Wirtschaft beitragen. Ein Beispiel hierfür ist die regionale Vermark-

tung von landwirtschaftlichen Produkten und Weinen. Direktvermarktung und lokale Vertriebsnetze sorgen dafür, dass Produkte aus dem Rheingau-Taunus-Kreis nicht nur die regionale Bevölkerung, sondern auch Touristen und Gäste aus anderen Regionen erreichen. Als Beispiele regionaler Veranstaltungen, die diese regionale Wertschöpfung unterstützen, seien die Rheingauer Schlemmerwochen oder die recht neuen kulinarischen Aktionswochen im Bereich des Taunus, RegioGenuss genannt.

## 8 ZUSAMMENFASSUNG DER MASSNAHMEN

Die im vorangegangenen Abschnitt in den einzelnen Fokusthemen abgeleiteten und entwickelten Maßnahmen sind nachfolgend in Maßnahmensteckbriefen zusammengefasst, in denen die Maßnahmen kurz beschrieben, die wesentlichen Beteiligten genannt werden, der Umsetzungshorizont definiert wird und jeder Maßnahme eine Priorität zugeordnet wird.

Hinsichtlich des Umsetzungshorizonts wurden die Maßnahmen in drei Zeiträume eingeteilt:

- kurzfristig, bis zu zwei Jahren
- mittelfristig, bis zu fünf Jahren
- langfristig, mehr als fünf Jahre oder langfristig laufender Prozess

Die Priorisierung erfolgte in den Kategorien hoch und mittel.

## 8.1 FOKUSTHEMA MEGATRENDS ZU ZUKUNFTSCHANCEN

<p>Megatrends zu Zukunftschancen  <b>Bildung der fünf Wirtschaftskluster</b></p>	
<p>Megatrends sind die größten Treiber in Wirtschaft und Gesellschaft. Die Strategie zeigt auf, welche Megatrends im Rheingau-Taunus-Kreis in den nächsten Jahren Einfluss auf die wirtschaftliche Entwicklung haben werden. Um die Megatrends zu nutzen, sollen Cluster im Rheingau-Taunus-Kreis gebildet werden.</p> <p><b>Maßnahme</b>          Initiierung von interkommunaler Zusammenarbeit der Wirtschaftsförderungen im Kreis zur Bildung von Clustern.</p>	
<p><b>Träger/Beteiligte</b>          Wirtschaftsförderung Rheingau-Taunus-Kreis in Zusammenarbeit mit den kommunalen Ansprechpartnern für die Wirtschaftsförderung</p>	<p><b>Umsetzungshorizont</b>          mittelfristig</p> <p><b>Priorität</b>          hoch</p>
<p><b>Diese Maßnahme erfüllt folgende Ziele:</b>          Dynamischeres Wirtschaftswachstum im Kreis</p>	

## 8.2 FOKUSTHEMA GEWERBEFLÄCHENMANAGEMENT

Das Handlungsfeld Gewerbeflächenmanagement umfasst folgende Maßnahmen:

1. Schaffung von neuen Gewerbeflächen
2. Potenzialanalyse vorhandener Gewerbegebiete
3. Erhaltung bestehender Gewerbeflächen
4. Etablierung von professionellen Angebotsplattformen für Gewerbeflächen
5. Offensive Vermarktung von vorhandenen Flächen

<b>Gewerbeflächenmanagement 1</b> <b>Schaffung von neuen Gewerbeflächen</b>	
<p>Die reine Innenentwicklung wird nicht ausreichen, um bestehende Unternehmen zu halten und neue Unternehmen anzusiedeln. Zusätzliche Gewerbeflächen werden benötigt.</p> <p><b>Maßnahme</b> Etablierung interkommunaler Zusammenarbeit auf Clusterebene, um neue Gewerbeflächen auszuweisen. Hier sind die Belange der Regionalplanung zu berücksichtigen und eine Bodenbevorratung ist zu prüfen.</p>	
<p><b>Träger/Beteiligte:</b> Städte und Gemeinden in Zusammenarbeit mit der Kreiswirtschaftsförderung</p>	<p><b>Umsetzungshorizont</b> Langfristig, laufende Aufgabe</p> <p><b>Priorität</b> hoch</p>
<p><b>Diese Maßnahme erfüllt folgende Ziele:</b> Dynamischeres Wirtschaftswachstum im Kreis Lösung der drängendsten Probleme der Unternehmerinnen und Unternehmer</p>	

<b>Gewerbeflächenmanagement 2</b> <b>Potenzialanalyse vorhandener Gewerbegebiete</b>	
<p>Eine Vielzahl von Gewerbeflächen im Kreis wurde bereits vor mehreren Jahrzehnten ausgewiesen und die Gebiete unterlagen Transformationsprozessen, die dazu geführt haben, dass nicht alle Flächen optimal genutzt werden.</p> <p><b>Maßnahme:</b> Beispielhaft sollen zwei bestehende Gewerbegebiete, eines im Taunus und eines im Rheingau untersucht werden, um Flächenpotentiale zu heben. Die Ergebnisse sollen allen kreisangehörigen Kommunen zur Verfügung gestellt werden.</p>	
<p><b>Träger/Beteiligte:</b> Wirtschaftsförderung des Rheingau-Taunus-Kreises in Zusammenarbeit mit den beiden Beispielkommunen</p>	<p><b>Umsetzungshorizont:</b> mittelfristig</p> <p><b>Priorität:</b> mittel</p>
<p><b>Diese Maßnahme erfüllt folgende Ziele:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dynamischeres Wirtschaftswachstum im Kreis</li> <li>• Lösung der drängendsten Probleme der Unternehmerinnen und Unternehmer</li> <li>• Gewerbeflächendefizit beheben, Erweiterungen und Neuansiedlungen möglich machen</li> </ul>	

<b>Gewerbeflächenmanagement 3</b> <b>Erhaltung bestehender Gewerbeflächen</b>	
<p>Neben der Ausweisung neuer Gewerbeflächen ist der Erhalt der vorhandenen Flächen erforderlich, um das Angebot an Gewerbeflächen nicht zu verknappen.</p> <p><b>Maßnahme:</b> Keine Herabstufung vorhandener Gewerbegebiete, auch wenn Konflikte benachbarten Nutzungen bestehen.</p>	
<p><b>Träger/Beteiligte</b> kreisangehörige Kommunen</p>	<p><b>Umsetzungshorizont</b> Langfristig fortlaufender Prozess</p> <p><b>Priorität</b> mittel</p>
<p><b>Diese Maßnahme erfüllt folgende Ziele:</b> Lösung der drängendsten Probleme der Unternehmerinnen und Unternehmer Gewerbeflächendefizit beheben, Erweiterungen und Neuansiedlungen möglich machen</p>	

<b>Gewerbeflächenmanagement 4</b> <b>Etablierung von professionellen Angebotsplattformen für Gewerbeflächen</b>	
<p>Vorhandene Gewerbeflächen sind oft nur kommunal bekannt, aber digital aber nicht für Unternehmer sichtbar. Die beiden Portale Rheingau-Connect und Taunus Connect können eine Basis für eine Angebotsplattform sein, da sie je ein Modul „Gewerbeflächen“ beinhalten.</p> <p><b>Maßnahme:</b> Etablierung von professionellen, zentralen Angebots- und Vermarktungsplattformen für Gewerbeflächen im Rheingau-Taunus-Kreis auf der Basis der Portale Rheingau-Connect und Taunus-Connect.</p>	
<p><b>Träger/Beteiligte:</b> Wirtschaftsförderung Rheingau-Taunus-Kreis in Zusammenarbeit mit den kommunalen Wirtschaftsförderungen</p>	<p><b>Umsetzungshorizont</b> kurzfristig</p> <p><b>Priorität</b> hoch</p>
<p><b>Diese Maßnahme erfüllt folgende Ziele:</b> Dynamischeres Wirtschaftswachstum im Kreis Gewerbeflächendefizit beheben, Erweiterungen und Neuansiedlungen möglich machen.</p>	

<b>Gewerbeflächenmanagement 5</b> <b>Offensive Vermarktung von vorhandenen Flächen</b>	
<p>Die bisherige gängige Praxis bei der Vermarktung der Flächen stellt sich so dar, dass eine Anfrage von einem Unternehmen eingeht und dann nach einer geeigneten Fläche gesucht wird.</p> <p><b>Maßnahme:</b> Wir drehen den Spieß um und gehen mit hochwertigen Flächen an den Markt und suchen passende Unternehmen.</p>	
<p><b>Träger/Beteiligte:</b> Wirtschaftsförderung Rheingau-Taunus-Kreis und kommunale Ansprechpartner, institutionelle Partner HTAI, HWK und IHK</p>	<p><b>Umsetzungshorizont</b> Mittelfristig</p> <p><b>Priorität</b> mittel</p>
<p><b>Diese Maßnahme erfüllt folgende Ziele:</b> Dynamischeres Wirtschaftswachstum im Kreis</p>	

### 8.3 FOKUSTHEMA ONE STOP AGENCY

Im Handlungsfeld One-Stop-Agency wurden vier Maßnahmen in die Strategie aufgenommen:

1. Lotsenfunktion (one stop) etablieren
2. Unternehmensdatenbank und Key Account Management für Schlüsselunternehmen aufbauen
3. Professionelles Stakeholdermanagement
4. Unternehmensfrühstück „Um 10 mit Zehner“

<p>One-Stop-Agency 1 <b>Lotsenfunktion (One-Stop) etablieren</b></p>	
<p><b>Maßnahme:</b> Vom Erstkontakt bis zum fertigen Gebäude lotst ein Ansprechpartner durch Verwaltungs- und Genehmigungsprozesse, dazu finden regelmäßige Scopings mit allen beteiligten Stellen statt.</p>	
<p><b>Träger/Beteiligte:</b> Wirtschaftsförderung Rheingau-Taunus-Kreis, kommunale Ansprechpartner der Kommunen, institutionelle Partner der Wifö RTK und Unternehmen</p>	<p><b>Umsetzungshorizont</b> mittelfristig</p> <p><b>Priorität:</b> hoch</p>
<p><b>Diese Maßnahme erfüllt folgende Ziele:</b> Wirtschaftsfreundlicher Landkreis mit wirtschaftsfreundlicher Verwaltung Lösung der drängendsten Probleme der Unternehmerinnen und Unternehmer</p>	

<p>One-Stop-Agency 2 <b>Unternehmensdatenbank und Key-Account-Management für Schlüsselunternehmen aufbauen</b></p>	
<p>Bestandsunternehmen sind Basis des wirtschaftlichen Erfolgs des Kreises.</p> <p><b>Maßnahme:</b> Auf der Basis der Jobzentrale RTK soll eine Unternehmensdatenbank aufgebaut werden und darauf folgend ein Key-Account-Management für wichtige Bestandsunternehmen</p>	
<p><b>Träger/Beteiligte:</b> Wirtschaftsförderung Rheingau-Taunus-Kreis, Kommunales Job Center und Unternehmen</p>	<p><b>Umsetzungshorizont</b> mittelfristig</p> <p><b>Priorität:</b> mittel</p>
<p><b>Diese Maßnahme erfüllt folgende Ziele:</b> Wirtschaftsfreundlicher Landkreis mit wirtschaftsfreundlicher Verwaltung Bestandsunternehmen im Kreis halten</p>	

One-Stop-Agency 3

**Professionelles Stakeholdermanagement**

**Maßnahmen:**

Regelmäßige Netzwerktreffen mit kommunalen Wirtschaftsförderungen und institutionellen Partnern mindestens halbjährlich, um agil Schnittstellen zu definieren, Synergien zu bilden und wesentliche Themen gemeinsam zu bearbeiten

Ein weiterer Partner sind die Unternehmen. In regelmäßigen Treffen mit interessierten Unternehmern im Kreis im Rahmen eines Exzellenzboards, werden die wesentlichen Probleme der Wirtschaft aufgezeigt und Handlungsansätze erarbeitet.

Das professionelle Stakeholdermanagement dient auch dazu, die vorliegende Strategie regelmäßig in einem iterativen Prozess zu überarbeiten.

**Träger/Beteiligte:**

Wirtschaftsförderung Rheingau-Taunus-Kreis,  
institutionelle Partner  
kommunale Ansprechpartner der Wirtschaftsförderungen  
Unternehmen

**Umsetzungshorizont**

Langfristig fortlaufender Prozess, bereits begonnen

**Priorität**

hoch

**Diese Maßnahme erfüllt folgende Ziele:**

Lösung der drängendsten Probleme der Unternehmerinnen und Unternehmer  
Gemeinsam mehr Schlagkraft entwickeln

<p>One-Stop-Agency 4 <b>Unternehmensfrühstück „Um 10 mit Zehner“</b></p>	
<p><b>Maßnahme:</b> In Unternehmen, die innovative Ideen haben, neu in der Region sind, stark expandieren oder andere besondere Aspekte aufweisen, sollen Unternehmensfrühstücke organisiert werden. Zu dem Treffen werden benachbarte Unternehmen oder andere Unternehmen aus dem Kreis in vergleichbaren Branchen eingeladen.</p>	
<p><b>Träger/Beteiligte:</b> Wirtschaftsförderung Rheingau-Taunus-Kreis und Unternehmen</p>	<p><b>Umsetzungshorizont</b> mittelfristig</p> <p><b>Priorität:</b> mittel</p>
<p><b>Diese Maßnahme erfüllt folgende Ziele:</b> Lösung der drängendsten Probleme der Unternehmerinnen und Unternehmer Positive Wahrnehmung von Unternehmen im Kreis</p>	

#### 8.4 FOKUSTHEMA AUSSENKOMMUNIKATION UND STANDORTMARKETING

Das Maßnahmenbündel im Fokusthema Außenkommunikation und Standortmarketing umfasst drei wesentliche Maßnahmen:

1. bessere Sichtbarkeit der Wirtschaftsförderung und ihrer Angebote
2. besseres Standortmarketing nach außen
3. Erfolgskommunikation

<p>Außenkommunikation 1  <b>Bessere Sichtbarkeit der Wirtschaftsförderung und ihrer Angebote</b></p>	
<p>Das Portfolio der Wirtschaftsförderung des Kreises ist bisher schlecht auffindbar.</p> <p><b>Maßnahmen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Homepage des Rheingau-Taunus-Kreises überarbeiten und Social-Media-Kanäle nutzen, um Angebote der Wirtschaftsförderung sichtbar zu machen.</li> <li>• Ausbau der Plattformen Rheingau-Connect und Taunus-Connect zu Plattformen für alle Wirtschaftsthemen im RTK</li> </ul>	
<p><b>Träger/Beteiligte:</b>  Wirtschaftsförderung Rheingau-Taunus-Kreis, Stabstelle Kommunikation  Kommunale Partner</p>	<p><b>Umsetzungshorizont</b>  Kurzfristig</p> <p><b>Priorität</b>  mittel</p>
<p><b>Dieses Projekt erfüllt folgende Ziele:</b>  Dynamischeres Wirtschaftswachstum  Wirtschaftsfreundlicher Landkreis mit wirtschaftsfreundlicher Verwaltung</p>	

<p>Außenkommunikation 2  <b>Besseres Standortmarketing nach außen</b></p>	
<p><b>Maßnahme:</b>  Professionelle Standortkampagne mit zwei Zielgruppen entwickeln: Unternehmen und Arbeitnehmer, damit wird der Standort von außen besser sichtbar wird.</p>	
<p><b>Träger/Beteiligte:</b>  Wirtschaftsförderung Rheingau-Taunus-Kreis</p>	<p><b>Umsetzungshorizont</b>  mittelfristig</p> <p><b>Priorität:</b>  Hoch</p>
<p><b>Dieses Projekt erfüllt folgende Ziele:</b>  Dynamischeres Wirtschaftswachstum  Wirtschaftsfreundlicher Landkreis mit wirtschaftsfreundlicher Verwaltung</p>	

<b>Außenkommunikation 3 Erfolgskommunikation</b>	
<b>Maßnahme:</b> Positive Berichte über Unternehmen im Kreis unter dem Motto „Was macht eigentlich?“ und kommunikative Begleitung von Veränderungen, z.B. Neuansiedlung von Unternehmen.	
<b>Träger/Beteiligte</b> Wirtschaftsförderung Rheingau-Taunus-Kreis in Zusammenarbeit mit der Stabsstelle Kommunikation	<b>Umsetzungshorizont</b> kurzfristig  <b>Priorität:</b> mittel
<b>Diese Maßnahme erfüllt folgende Ziele:</b> Positive Wahrnehmung von Unternehmen im Kreis	

## 8.5 FOKUSTHEMA ARBEITS- UND FACHKRÄFTESICHERUNG

Im Fokusthema Arbeits- und Fachkräftesicherung wurden fünf Maßnahmen in der Strategie benannt:

1. Blick für Quereinsteiger, Menschen mit Handicaps, ältere Menschen und Menschen mit besonderen Bedarfen schärfen
2. Transformation vom Arbeitgeber- zum Arbeitnehmermarkt begleiten
3. Duale Studiengänge aufbauen
4. Take-off für Azubis
5. Ausbildungsradar aufbauen

<b>Arbeitskräfte 1</b> <b>Blick für Quereinsteiger, Menschen mit Handicaps, ältere Menschen und Menschen mit besonderen Bedarfen schärfen</b>	
<p>Sprache und Fachkenntnisse kann man erlernen, Motivation nicht. Arbeitgeber müssen Qualifikations- und Integrationsleistungen erbringen, um alle Potentiale nutzen zu können.</p> <p><b>Maßnahme:</b> Es werden Unternehmenspatenschaften vermittelt. Unternehmen, die am Beginn stehen, lernen von Partnern, die bereits Erfolge bei der Integration von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern erzielt haben.</p>	
<p><b>Träger/Beteiligte:</b> Wirtschaftsförderung Rheingau-Taunus-Kreis, institutionelle Partner der Wirtschaftsförderung Unternehmen</p>	<p><b>Umsetzungshorizont/Priorität:</b> Langfristig laufend</p> <p><b>Priorität</b> mittel</p>
<p><b>Dieses Projekt erfüllt folgende Ziele:</b> Dynamischeres Wirtschaftswachstum im Kreis Lösung der drängendsten Probleme der Unternehmerinnen und Unternehmer Wir machen Arbeitgeber fit für den demografischen Wandel</p>	

<b>Arbeitskräfte 2</b> <b>Transformation von Arbeitgeber- zum Arbeitnehmermarkt begleiten</b>	
<p><b>Maßnahme:</b> Informationstreffen organisieren, in denen gute Beispiele vermittelt werden, wie sich Unternehmen bei Arbeitnehmern positionieren und bewerben können.</p>	
<p><b>Träger/Beteiligte:</b> Wirtschaftsförderung Rheingau-Taunus-Kreis, kommunale Ansprechpartner Wifös, institutionelle Partner Unternehmen</p>	<p><b>Umsetzungshorizont</b> Kurzfristig</p> <p><b>Priorität</b> Mittel</p>
<p><b>Dieses Projekt erfüllt folgende Ziele:</b> Lösung der drängendsten Probleme der Unternehmerinnen und Unternehmer Wir machen Arbeitgeber- fit für den demografischen Wandel</p>	

<b>Arbeitskräfte 3</b> <b>Duale Studiengänge aufbauen</b>	
<b>Maßnahme:</b> Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Hochschulen, um duale Studiengänge für heimische Unternehmen zu entwickeln. Damit sollen Studierende in der Region gehalten und eine Bindung an Unternehmen geschaffen werden.	
<b>Träger/Beteiligte:</b> Wirtschaftsförderung Rheingau-Taunus-Kreis, kommunale Ansprechpartner Wifös, Hochschulen im RTK und in der Umgebung Unternehmen im RTK	<b>Umsetzungshorizont</b> Langfristig  <b>Priorität</b> mittel
<b>Dieses Projekt erfüllt folgende Ziele:</b> Lösung der drängendsten Probleme der Unternehmerinnen und Unternehmer Wir halten junge Menschen im Kreis	

<b>Arbeitskräfte 4</b> <b>Take-off für Azubis</b>	
Es gibt sehr viele Infoangebote an Schulen, Messen oder Broschüren für zukünftige Azubis, die aber wenig zielgruppengerecht sind.	
<b>Maßnahme:</b> Wir sprechen die Zielgruppe anders an. Es werden Festivals organisiert mit Künstlern, die Jugendliche inspirieren, präsentiert von Unternehmen, die Azubis suchen.	
<b>Träger/Beteiligte:</b> <b>Wirtschaftsförderung Rheingau-Taunus-Kreis</b> , kommunale Ansprechpartner der Wifös und die Unternehmen im RTK	<b>Umsetzungshorizont/Priorität:</b> Kurzfristig  <b>Priorität</b> mittel
<b>Dieses Projekt erfüllt folgende Ziele:</b> Lösung der drängendsten Probleme der Unternehmerinnen und Unternehmer Wir halten junge Menschen im Kreis	

<p>Arbeitskräfte 5 <b>Ausbildungsradar aufbauen</b></p>	
<p>Einige Unternehmen erhalten mehr Bewerbungen als sie Ausbildungsplätze zur Verfügung stellen können. Anderen Unternehmen fehlen die Bewerber.</p> <p><b>Maßnahme:</b> Das Ausbildungsradar als digitale Plattform wird im Rheingau-Taunus-Kreis etabliert. Auf dieser Plattform können Unternehmer Auszubildende finden, die in anderen Unternehmen bei der Besetzung von Ausbildungsplätzen nicht berücksichtigt werden konnten.</p>	
<p><b>Träger/Beteiligte:</b> <b>Wirtschaftsförderung Rheingau-Taunus-Kreis</b>, kommunale Ansprechpartner der Wifös und die Unternehmen im RTK</p>	<p><b>Umsetzungshorizont/Priorität:</b> Kurzfristig</p> <p><b>Priorität</b> mittel</p>
<p><b>Diese Maßnahme erfüllt folgende Ziele:</b> Lösung der drängendsten Probleme der Unternehmerinnen und Unternehmer Wir halten junge Menschen im Kreis</p>	

Mit den Maßnahmen, die in die Priorität hoch eingestuft wurden, soll die Umsetzung der Wirtschaftsförderungsstrategie begonnen werden:

- Bildung der fünf Cluster,
- Schaffung von neuen Gewerbeflächen,
- Aufbau von professionellen Angebotsplattformen für Gewerbeflächen,
- Lotsenfunktion der Wirtschaftsförderung (One-Stop) etablieren,
- besseres Standortmarketing nach außen

## 9 WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG IM RHEINGAU-TAUNUS-KREIS NEU AUFGESTELLT

### 9.1 ORGANISATION DER WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG DES KREISES

In dieser Strategie wird gezeigt, welche Aufgaben die Wirtschaftsförderung bereits hat und in welchen Handlungsfeldern die Wirtschaftsförderung zukünftig tätig sein soll. Aus den vielfältigen Aufgaben erwachsen sehr viele verschiedene Rollen, die die Wirtschaftsförderung übernehmen soll. Sie soll

- Marktbeobachter
- Netzwerkknoten

- Kompetenzträger
- Impulsgeber
- Brückenbauer
- Offenes Ohr
- Berater
- Veranstalter

und noch vieles andere mehr sein.

Die anstehenden Aufgaben können mit den vorhandenen Stellenanteilen nicht bearbeitet werden und auch im Vergleich mit anderen Landkreisen ist der Personalbestand im Rheingau-Taunus-Kreis am unteren Limit. Wie bereits unter Kapitel 4.1 beschrieben, verfügt die Wirtschaftsförderung des Rheingau-Taunus-Kreises als Teil des Fachdienstes Kreisentwicklung, Wirtschaftsförderung, Kreisstraßen über etwas mehr als eine Vollzeitstelle.

Bereits im Jahr 2013 hat der Deutsche Landkreistag in einer Umfrage festgestellt, dass die Spannweite bei den Wirtschaftsförderungen auf Ebene der Landkreise „ungefähr von 1 bis zu 7 bzw. 8 Mitarbeitern reicht, einige gehen auch über diese Zahl hinaus. Der Mittelwert aller antwortenden Landkreise liegt bei ca. 4 Vollzeitbeschäftigten.“ (Wirtschaftsförderung konkret - Umfrage des Deutschen Landkreistages (2013), S. 13: <https://landkreistag.de/images/stories/publikationen/bd-113.pdf>).

Im Rahmen der Erstellung dieses Konzeptes und dieser Strategie wurde der Rheingau-Taunus-Kreis von der PD – Berater der öffentlichen Hand GmbH unterstützt. Vom Beratungsteam werden folgende Hinweise gegeben:

- Die Vielfältigkeit der Themen nimmt rapide zu und die Kapazitäten im Rheingau-Taunus-Kreis sind zu begrenzt. Die Anforderungen an Wirtschaftsförderungen –auch angesichts multipler Krisen –sind enorm gestiegen.
- Die derzeitige Personalausstattung der Kreis-Wirtschaftsförderung ist vor dem Hintergrund bestehender Aufgaben, der Notwendigkeit zur Übernahme neuer Aufgaben zur Gestaltung aktiver Wirtschaftsförderung und vor dem Hintergrund der wachsenden Herausforderungen für den Standort aktuell nicht ausreichend.
- *Empfehlung: Um bestehende Aufgaben angemessen zu bewältigen und die im Rahmen des Projekts identifizierten Anforderungen an die Kreiswirtschaftsförderung zu erfüllen, wird eine personelle Erweiterung auf mindestens 2, idealerweise 4 Vollzeitäquivalente (VZÄ) empfohlen.*

Das bedeutet, dass die Neuschaffung von Stellen erforderlich ist, um die Mindeststandards zu erreichen. Um über eine mindestens durchschnittliche Besetzung zu verfügen und das vorgeschlagene Aufgabenportfolio bearbeiten zu können, werden mindestens zwei zusätzliche Stellen benötigt.

Die Wahrnehmung der dem Bereich der kommunalen Wirtschaftsförderung zuzuordnenden Aufgaben kann unterschiedlich erfolgen. Generell ist zu unterscheiden, ob die Beschäftigten bzw. die Einrichtungen der Wirtschaftsförderung als Teil der Verwaltung agieren oder ob sie in einem von der Kommune ausgegliederten Unternehmen in GmbH, AG, e.V. oder z. B. AöR-Form organisiert sind. Möglich ist auch, dass Leistungen durch interkommunale Kooperationen bzw. durch die Einbindung privater Dritter oder Unternehmen erbracht werden.

Da der Aufbau von Personal unter den bestehenden finanziellen Rahmenbedingungen im Kreishaushalt nur schwer umsetzbar ist, muss geprüft werden, welche Organisationsform die Wirtschaftsförderung haben soll und wie die Ausstattung mit Sachmitteln erfolgen soll. Dazu soll in den nächsten Monaten ein Konzept erarbeitet und dem Kreistag zur Beschlussfassung vorgelegt werden.

Die genannten Maßnahmen der Wirtschaftsförderung sind nicht mit Kosten hinterlegt, weil diese Kosten zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht im Detail genannt werden können. Es wird aber eine jährliche Planung geben, aus der hervorgeht, welche Ansätze für welches Projekt verwendet werden sollen.

## 9.2 ORGANISATION DER KOMMUNALEN WIRTSCHAFTSFÖRDERUNGEN

Wie oben beschrieben, sind die kommunalen Wirtschaftsförderungen sehr heterogen aufgestellt. Die vorliegende Strategie gibt den Impuls, in Teilräumen des Kreises, den Clustern zu denken und die Wirtschaft in diesen Clustern im Rahmen einer interkommunalen Zusammenarbeit weiter zu stärken. Wenn dieser Ansatz weiterverfolgt wird, bietet es sich auch an, dass die Wirtschaftsförderung in den Clustern gemeinsam organisieren und interkommunal zusammenarbeiten. So könnte die Expertise innerhalb der Cluster gebündelt werden.

Dabei müssen nicht vollständig neue Strukturen geschaffen werden, es kann auf vorhandene Strukturen und Organisationsformen aufgebaut werden. Hier nur einige Beispiele für vorhandene Strukturen:

- Stadtentwicklungsgesellschaft Idstein
- Arbeitsgruppe Idsteiner Land
- STATA Taunusstein
- Tourismuskoooperation an der Aar
- Zweckverband Rheingau
- IKZ Rheingau

Eine enge Verzahnung der Strukturen mit der Wirtschaftsförderung des Kreises sollte angestrebt werden.

## 10 UMSETZUNG UND MONITORING

Jede Strategie ist nur so gut wie ihre Umsetzung. In den Maßnahmensteckbriefen ist beschrieben, welche Priorität die genannten Maßnahmen haben und wann mit der Umsetzung begonnen werden soll. Um über den Umsetzungsstand der Strategie zu berichten, wird die Wirtschaftsförderung dem Kreistag einmal jährlich einen Bericht über die Aktivitäten vorlegen.

Die vorliegende Strategie beschreibt den Bestand, die Ziele der Wirtschaftsförderung und die geplanten Maßnahmen zum Zeitpunkt des ersten Quartals des Jahres 2025. So wie sich die wirtschaftliche Lage dynamisch ändert, werden sich auch die Ziele und die Maßnahmen der Wirtschaftsförderung ändern müssen.

Die Strategie wurde gemeinsam mit unseren Partnern

- aus Unternehmen
- aus Institutionen
- aus den kommunalen Wirtschaftsförderungen
- aus der Kreisverwaltung

erarbeitet. Die in diesem Prozess entstandene Zusammenarbeit in Arbeitsgruppen, Workshops und dem Exzellenzboard der Unternehmen soll weitergeführt werden und auch gemeinsam mit den Partnern an der Weiterentwicklung der Ziele und der Strategie gearbeitet werden. Dazu sind halbjährliche Treffen vorgesehen. Werden in den gemeinsamen Runden neue Ziele in Angriff genommen, für die zusätzliche Maßnahmen erforderlich sind, wird auch darüber im Kreistag berichtet.

Die Wirksamkeit der kommunalen Wirtschaftsförderung ist nur sehr schwer an bestimmten quantitativen Kriterien zu messen. Das liegt zum einen daran, dass es zahlreiche Rahmenbedingungen gibt, die auf das Wirtschaftsgeschehen einwirken. Zum anderen lassen sich die Erfolge von vielen Maßnahmen z.B. in der Netzwerkarbeit nur wenig quantifizieren. Was aber erhoben werden kann, ist die Zufriedenheit der Zielgruppen mit der Arbeit der Wirtschaftsförderung.

Daher soll alle drei Jahre eine Evaluation der Arbeit der Wirtschaftsförderung anhand von Befragungen der Stakeholder und Zielgruppen stattfinden. Das kann im Rahmen der regelmäßigen Treffen stattfinden.

## 11 ANLAGEN

### **Anlage 1: Übersicht über die derzeitigen Tätigkeiten der Wirtschaftsförderung**

#### **Bestandspflege**

- Veranstaltungsreihe: Wirtschaftsdialog
- Betriebsbesuche der Kreisspitze mit der Wirtschaftsförderung
- Information und Beratung über Förderprogramme für die Wirtschaft
- Gewinnung von Unternehmen für Projekte, z.B. die Praktikumswoche oder Ausbildungsmessen
- Kümmerer bei Standortproblemen u. a. in Krisensituationen (Kümmerer in Corona: Finanzielle Unterstützung der drei Rheingauer Fähren)
- Vermittlung von Beratung zur Unternehmensnachfolge

#### **Neuansiedlung**

- Abwicklung der Standortanfragen von FRM GmbH, HTAI und Direktanfragen
- Beteiligung an Ansiedlungsprojekten
- Entwicklung und Umsetzung von Marketingstrategien und Kommunikationsmitteln, u. a. Imagebroschüre des Kreises und Ausbildungsbroschüre
- Standortwerbung u. -vermarktung u. a. über das Regionale Standortmarketing (Abstimmung mit Standortmarketing FrankfurtRhein-Main GmbH)

#### **Gründungsförderung**

- Unterstützung von Gründungsaktivitäten und Gründungsvernetzung, u. a. Existenzgründungsförderung (u. a. EXINA, Berufswege für Frauen)
- Zusammenarbeit mit den lokalen Gründerzentren und Gründungsinitiativen (z. B. PIONEER LAB, Idstein; Gründungsfabrik Rheingau, Geisenheim)
- Zusammenarbeit mit den übergeordneten Gründungsinitiativen im Gründerökosystem Wiesbaden-Rheingau-Taunus

## Stärkung regionaler Wertschöpfungsketten

- RTK-RegioWeiser als regionale B2B Plattform (Firmensuchplattform) zur Unterstützung der digitalen Geschäftspartnersuche sowie der Imageunterstützung, der Vernetzung und des Marketings
- RegioGenuss als gastronomische Veranstaltung im Bereich des Taunus
- TaunusConnect und RheingauConnect als Internetportale mit den Modulen Job-Portal, Wissens-Portal, Gesundheits-Portal, Service-Portal, Gewerbeflächen-Portal, Schaufenster



Abbildung 26: Portalauszug RTK-RegioWeiser

## Fachkräftesicherung

- Förderung der beruflichen Weiterbildung und -qualifikation u. a. im Zuge der Initiative ProAbschluss (ehemals Qualifizierungsoffensive RTK) (Fresko e. V.)
- Strategische Entwicklungen und Projektumsetzung zum Ausbildungs- und Arbeitsmarkt: Ausbildungs- und Arbeitsmarktstrategie gemeinsam mit dem JobCenter des Rheingau-Taunus-Kreises
- Entwicklung von Möglichkeiten, Angeboten und Maßnahmen zur Fachkräftesicherung wie z. B. Zukunftswerkstatt Fachkräftesicherung, Praktikumswochen, Ausbildungsmesse
- Veranstaltungsreihe meet & match (in Zusammenarbeit mit JobCenter)

## Schaffung digitaler Infrastruktur

- Umsetzung Breitbandausbauprojekte auf Kreisebene und Organisation der interkommunalen Zusammenarbeit

- Ergänzung des Mobilfunknetzes im Kreis
- Einwerben von Fördermitteln für die digitale Infrastruktur im Kreis

#### **Integrierte Verkehrsentwicklung/Mobilitätsentwicklung:**

- Steuerung interkommunaler Zusammenarbeit u. a. in den Projekten Handwerkerparkausweis oder Radroutenplaner
- Wahrnehmung der Aufgaben als Gesellschafter Rheingau-Taunus-Kreis in der ivm GmbH (Integriertes Verkehrs- und Mobilitätsmanagement Region Frankfurt Rhein-Main).

#### **Wirtschaftsförderung allgemein**

- Kontaktpflege und Zusammenarbeit zu und mit Netzwerkpartnern, Wirtschaftsunternehmen, Organisationen der Wirtschaft (Bündnis für den Mittelstand), übergeordneten und nachgeordneten Behörden, Kreditinstituten, Fachabteilungen der Kreisverwaltung, Städten und Gemeinden.
- Teilnahme in Gremien, Jurys, Kuratorien, Vorständen, Beiräten, Lenkungsausschüssen
- Mitarbeit an Konzepten, Projekten und Veröffentlichungen anderer Stellen und Partner, z.B. Tourismuskonzept, Regionale Entwicklungsstrategie, Masterplan Demografie, Routenführer Industriekultur
- Mitarbeit in der Entwicklung und Umsetzung von Wettbewerben: z.B. Gründerpreis, Demografiepreis
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit gemeinsam mit der Stabsstelle Kommunikation
- Erstellung von Präsentationen und Beschlussvorlagen für Gremien



Abbildung 27: Lokaler Routenführer Industriekultur Rheingau-Taunus-Kreis

## **Anlage 2: Partner der Kreiswirtschaftsförderung**

### **Vereine und Gesellschaften**

Frankfurt RheinMain GmbH (FRM GmbH) – International Marketing of the Region:  
<https://www.frm-united.de/>

Als offizielle Standortmarketinggesellschaft der Region Frankfurt RheinMain ist die GmbH Ansprechpartner bei allen Fragen zum Wirtschaftsstandort und unterstützt bei Firmenansiedlungen in der Region. Die Kreiswirtschaftsförderung ist die Schnittstelle zwischen GmbH und Kommunen bei Standortanfragen.

Gigabitregion FrankfurtRheinMain GmbH:  
<https://gigabitregion-frm.de/>

Die Gigabitregion FrankfurtRheinMain GmbH ist eine Gesellschaft des Regionalverbandes FrankfurtRheinMain mit den Landkreisen Bergstraße, Groß-Gerau, Hochtaunus, Main-Kinzig, Main-Taunus, Rheingau-Taunus, Wetterau und Offenbach sowie den Städten Offenbach am Main und Wiesbaden. Sie steuert den Breitbandausbau in der Region Frankfurt-Rhein-Main und koordiniert Kooperationsprogramme mit der Telekommunikationswirtschaft. Die Breitbandkreiskoordination innerhalb der Kreiswirtschaftsförderung ist im Netzwerk eingebunden.

Ivm-GmbH (Integriertes Verkehrs- und Mobilitätsmanagement Region Frankfurt RheinMain):  
<https://www.ivm-rheinmain.de/>

Die ivm wurde 2005 gegründet, um die Zusammenarbeit für die Entwicklung von Mobilität und Verkehr in der Region Frankfurt RheinMain zu stärken. Abgestimmte Strategien und Konzepte sind Voraussetzung für durchgängige Lösungen und eine gemeinsame Umsetzung. Die Kreiswirtschaftsförderung ist u. a. für das Thema Handwerkerparkausweis zuständig.

Fresko e. V. – Projekt Bildungscoaches:  
<https://fresko.org/>

FRESKO e.V. agiert als Bildungsträger, der unabhängig von parteilicher und konfessioneller Bindung auftritt, seit vielen Jahren mit hohem Engagement und großem Qualitätsanspruch in der Bildungslandschaft. Über die Kreiswirtschaftsförderung ist der Landkreis Zuwendungsgeber für Projekte der beruflichen Orientierung oder Qualifizierung – Initiative ProAbschluss, Bildungscoaches.

EXINA GmbH zur Förderung von Existenzgründungen:

<https://www.exina.de/>

Die EXINA GmbH wurde von der Landeshauptstadt Wiesbaden, dem Rheingau-Taunus-Kreis und der EXINA Existenzgründungs- und Innovationsförderungs-Agentur e.V. gegründet mit der Aufgabe, durch Qualifizierungsmaßnahmen, Weiterbildungen und Coachings Menschen auf eine Selbständigkeit vorzubereiten und sie in den ersten Jahren intensiv zu begleiten. Die Kreiswirtschaftsförderung wickelt die Administration und die finanziellen Zuwendungen ab.

Berufswege für Frauen zur Förderung von Existenzgründungen:

<https://www.berufswege-fuer-frauen.de/>

Berufswege für Frauen e.V. unterstützt seit 35 Jahren berufliche Entwicklungen und unterstützt Gründungen von Frauen.

Jährliche Zuwendung: 30.000,00 €.

Taunus-Touristik-Service e.V. Mitgliedschaft für die 10 Taunuskommunen:

<https://taunus.info/>

Der Taunus Touristik Service e.V. ist die Destinationsmarketingorganisation für die Destination Taunus, zu der sechs Landkreise gehören. Der Rheingau-Taunus-Kreis ist Mitglied für seine 10 Taunuskommunen, die innerhalb der Destination liegen.

## **Kammern und Verbände**

Industrie- und Handelskammer (IHK) Wiesbaden

<https://www.ihk.de/wiesbaden/>

Die IHK Wiesbaden ist die Industrie- und Handelskammer für die Städte Wiesbaden und Hochheim sowie für den Rheingau-Taunus-Kreis mit 17 Städten und Gemeinden. Sie wurde 1865 gegründet und vertritt heute in Selbstverwaltung die Interessen von rund 36.000 Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft in der Region. Wichtige Themen sind die Verbesserung der Standortbedingungen, die Erfüllung vieler gesetzlicher Aufgaben und die Förderung von Unternehmen mit Dienstleistungen. Im Bereich Gründung, Unternehmensförderung und Innovation wird bspw. über Fördermöglichkeiten informiert oder es gibt Hilfestellungen zur Unternehmensnachfolge.

Die Wirtschaftsförderung ist Teilnehmer im Ausschuss Regionale Wirtschaft der IHK Wiesbaden.

Handwerkskammer (HWK) Wiesbaden

<https://www.hwk-wiesbaden.de/>

Die Handwerkskammer Wiesbaden vertritt als Körperschaft des öffentlichen Rechts die Interessen der über 27.000 Betriebe im Kammerbezirk mit etwa 120.000 Beschäftigten und um die 8.000 Lehrlingen. Zentrale Aufgaben der Kammer sind hoheitliche Aufgaben und Dienstleistungen für die Mitgliedsbetriebe.

Kreishandwerkerschaft (KH) Wiesbaden-Rheingau-Taunus

<https://www.khwiesbaden.de/>

Die Kreishandwerkerschaft als regionaler Arbeitgeberverband steht für 18 Handwerksinnungen mit insgesamt rund 1.000 Mitgliedsbetrieben. Als Geschäftsstelle der Innungen werden die Innungsfachbetriebe qualifiziert und die besonderen Qualitäten für die Kunden hervorgehoben. Dies gilt zum Beispiel für erneuerbare Energien ebenso wie für das Spezialgebiet des barrierefreien Bauens und Ausbaus für Jung und Alt.

Handelsverband Hessen

<https://www.hvhessen.de/>

In Zusammenarbeit mit dem Handelsverband Hessen wurden bereits mehrere Veranstaltungen organisiert.

### **Weitere institutionelle Partner**

Agentur für Arbeit

<https://www.arbeitsagentur.de/vor-ort/wiesbaden>

Der Bezirk der Agentur für Arbeit Wiesbaden umfasst neben der hessischen Landeshauptstadt Wiesbaden den Rheingau-Taunus Kreis, mit Geschäftsstellen in Idstein und Rüdesheim am Rhein. Eine der wichtigsten Aufgaben ist, bei der Vermeidung oder dem Beenden von Arbeitslosigkeit zu helfen. Junge Menschen werden bei der Berufswahl oder dem Einstieg ins Erwerbsleben begleitet. Auch Beschäftigte die sich weiterbilden möchten, erhalten Unterstützung. Arbeitgeber werden bei der Personalgewinnung und in Qualifizierungsfragen unterstützt.

Hessen Trade & Invest GmbH (HTAI)

<https://www.htai.de/>

Die Hessen Trade & Invest GmbH (HTAI) ist die Wirtschaftsentwicklungsgesellschaft des Landes Hessen. Aufgabe ist es, den Wirtschafts- und Technologiestandort Hessen nachhaltig weiterzuentwickeln, um seine Wettbewerbsfähigkeit zu festigen und auszubauen. Mit Wirtschaft,

Wissenschaft, Verwaltung, Politik und den kommunalen Wirtschaftsförderungen wird partnerschaftlich zusammengearbeitet.

Institut für Wirtschaft, Arbeit und Kultur (IWAK) an der Goethe Universität Frankfurt  
<https://www.iwak-frankfurt.de/>

Die Kreiswirtschaftsförderung arbeitet sehr eng in vielen Themen, besonders dem Thema Fachkräftesicherung mit dem IWAK zusammen. Das IWAK liefert zahlreiche Daten zum Arbeitsmarkt, u. a. über Regionaldatenreports, Berufsprognosen, Entgeltanalysen und Arbeitsmarktmonitorings und bietet gezielt Veranstaltungen und Zukunftswerkstätten zum Thema Fachkräftesicherung an.

#### Bildungseinrichtungen

Es besteht eine Zusammenarbeit im Schul- und Bildungswesen und mit den Hochschulen im Kreisgebiet.

#### Verein Wirtschaftspaten e.V.

<https://wirtschaftspaten.de>

Die Kreiswirtschaftsförderung hat unter anderem mit dem Verein Wirtschaftspaten e.V. beim Thema Betriebs- und Unternehmensnachfolge zusammengearbeitet.

#### Förderbanken

Die wesentlichen Förderbanken, die Fördermittel für die regionale Wirtschaft bereitstellen sind: die Wirtschafts- und Infrastrukturbank Hessen: [www.wibank.de](http://www.wibank.de) und die Bürgerschaftsbank Hessen: [www.bb-h.de](http://www.bb-h.de)

### **Beteiligungsgesellschaften des Kreises**

#### RTK Holding GmbH

<https://www.rtk-holding.de/>

Der Rheingau-Taunus-Kreis ist Alleingesellschafter der im Jahre 1997 gegründeten RTK Holding GmbH Beteiligungsgesellschaft des Rheingau-Taunus-Kreises in Taunusstein. Gegenstand des Unternehmens ist die Übernahme von Management- und Verwaltungsfunktionen für andere Unternehmen, die Beteiligung an anderen Unternehmen sowie die Verwaltung dieser und anderer Beteiligungen.

ProJob Rheingau-Taunus GmbH

<https://www.projob-rtk.de/>

Die ProJob Rheingau-Taunus GmbH bringt Menschen in Arbeit und gibt die Unternehmensdatenbank JobZENTRALE für den Rheingau-Taunus-Kreis heraus.

Rheingau-Taunus Kultur und Tourismus GmbH

<https://www.rheingau.com/>

Die Rheingau Taunus Kultur und Tourismus GmbH hat seit 1996 das Destinations-Marketing für die Region Rheingau übernommen. Im Fokus der Arbeit steht, den Rheingau in all seinen Facetten zu präsentieren und den Tourismus zu fördern.

Rheingau-Taunus-Verkehrsgesellschaft mbH

<https://www.rmv.de/c/de/start/rtv>

Die Rheingau-Taunus-Verkehrsgesellschaft ist der lokale Nahverkehrsträger und steuert die Mobilitätsangebote im Rheingau-Taunus-Kreis.

Volkshochschule Rheingau-Taunus e. V.

<https://www.vhs-rtk.de/>

Die Volkshochschule Rheingau-Taunus e. V. bietet ein umfangreiches Weiterbildungsangebot im Rheingau-Taunus-Kreis.

### **Schnittstellen der Wirtschaftsförderung zu anderen Fachdiensten in der Kreisverwaltung**

- FD Kommunales Job-Center
- FD Ausländerbehörde, Personenstandswesen
- FD Bauaufsicht und Denkmalschutz
- FD Gesundheitsförderung, Familie und Gleichstellung
- FD Personalmanagement
- Ehrenamtliche Beauftragte für Menschen mit Behinderung
- Stabsstelle Kommunikation

## **Anlage 3: Vorhandene Strategien und Konzepte mit Bezug zur Wirtschaft im Rheingau-Taunus-Kreis**

### **LES Lokale Entwicklungsstrategie Taunus 2023**

Nachdem der Regionalentwicklungsprozess in der Region Taunus zwei Förderperioden sehr erfolgreich war und viele Projekte wie das Geburtshaus Idstein oder die Ausstattung der Wisper Trails finanziell unterstützt werden konnten, hat die Mitgliederversammlung des Vereins Regionalentwicklung Taunus 2021 einstimmig beschlossen, dass die Region sich auch für die Förderperiode von 2023-2027 wieder als LEADER-Region bewirbt. Dazu wurde ein regionales Entwicklungskonzept erarbeitet. Die Lokale Entwicklungsstrategie umfasst vier Handlungsfelder. Hier sollen die zwei wichtigsten Maßnahmen je Handlungsfeld aufgeführt werden:

Gleichwertige Lebensverhältnisse für ALLE-Daseinsvorsorge

- Mobile medizinische Versorgung in den einzelnen Orten
- Maßnahmen gegen die Vereinsamung von älteren Menschen

Wirtschaftliche Entwicklung und regionale Versorgungsstruktur

- Unterstützungspakete für Gründerinnen und Gründer
- Events zur Fachkräftesicherung in der Region

Naherholung und ländlicher Tourismus

- Ausbau des ÖPNV-Angebots zur besseren Erreichbarkeit von touristischen Angeboten
- Weitere qualitativ hochwertige Wander- und Radwege

Im Handlungsfeld Nachhaltigkeit und bewusstes Konsumverhalten

- Entwicklung innovativer Regionalmarktstrukturen
- Einkaufs-App mit Lieferservice

<https://regionalmanagement-taunus.de/wp-content/uploads/2023/04/Lokale-Entwicklungsstrategie-LEADER-Region-Taunus-2023-2027.pdf>

### **LES Lokale Entwicklungsstrategie Rheingau 2023**

Auch für die LEADER-Förderregion Rheingau wurde eine lokale Entwicklungsstrategie aufgestellt, um weiter zur Förderkulisse des LEADER-Programms zu gehören. Über allen Zielen und Maßnahmen im Rheingau steht das Leitbild der Region, das bereits im Rahmen des Regionalen Entwicklungskonzepts 2014 entwickelt wurde. Es lautet: Um auch in Zukunft national und international konkurrenzfähig zu bleiben, wollen wir die kulturhistorisch wertvolle Wein- und Tourismusregion des Rheingaus als attraktiven Wirtschaftsstandort weiter ausbauen und uns noch stärker als hochwertiger Wohnstandort mit hervorragender Lebensqualität im Rhein-

Main-Gebiet etablieren. Eine der wichtigsten Grundlagen hierfür ist die wertvolle Kulturlandschaft mit ihrer historischen Baukultur, die wir deshalb besonders schützen, erhalten bzw. fortentwickeln wollen.

Im Handlungsfeld 2: Wirtschaftliche Entwicklung soll als großes Leuchtturmprojekt eine Start Up Zentrale im Rheingau entwickelt werden. Unter Einbeziehung aller bereits bestehenden Initiativen (z.B. Gründungszentrum in Geisenheim, Zukunft Innenstadt Oestrich-Winkel) soll eine dezentrale Struktur mit Co-Working Spaces und Nutzung von Leerständen für Start Ups entstehen. Des Weiteren soll ein kommunenübergreifendes Konzept zur Nutzung von Leerständen erarbeitet werden. Eine dritte Maßnahme ist die Aufwertung der Wallufer Mühle, einer Veranstaltungslocation in einem historischen Gemäuer.

<https://www.rheingau.com/regionalentwicklung-und-regionalmanagement>

### **Masterplan Demografischer Wandel 2023**

Vor dem Hintergrund des weiteren demografischen Entwicklungstrends wurde der Masterplan Demografischer Wandel aus dem Jahr 2007 für den Rheingau-Taunus-Kreis fortgeschrieben und Anfang 2023 mit dem Zielhorizont 2030 veröffentlicht. Er enthält eine Beschreibung des „Ist-Zustandes“ und formuliert Ideen und Maßnahmen zur Bewältigung des demografischen Wandels. Im Jahr 2007 war der Leitgedanke des Masterplans „Wir werden weniger, bunter, älter“. Der aktuell vorliegende Masterplan greift die Themen

- Fachkräftemangel,
- Suche nach Auszubildenden,
- mobile Einkaufsangebote auf dem Lande,
- Angebote für fitte Ältere und
- Pflege und Digitalisierung auf.

Ausgewählte Maßnahmen aus dem aktuellen Masterplan für die Bereiche Wirtschaft und Arbeit sind folgende:

- Entwicklung einer Personalstrategie, Attraktiver Arbeitgeber RTK,
- Bildung von Arbeitskreisen zur Strategische Personalpolitik,
- Anreizsetzung u. Begleitung von Arbeitgebern hin zu einem demografiesensiblen Personalmanagement,
- Dialog mit Kommunen u. kommunenübergreifender Koordination in Personalfragen,
- Stärkung und Bekanntmachung von regionalen Angeboten,
- Berufsorientierung in MINT-Berufen,
- Gewinnung von Auszubildenden,

- Austausch und Vernetzung mit Hochschulen und Universitäten,
- Pendlermarketing und aktive Fachkräfte-Werbung,
- Job-Matching,
- Bekanntmachung regionaler Plattformen,

<https://www.rheingau-taunus.de/verwaltung-politik/ueber-den-landkreis/demografischer-wandel/>

### **Mobilitätskonzept RTK 2021**

Der Kreistag hatte im Mai 2018 die Erarbeitung eines Mobilitätskonzepts für den Rheingau-Taunus-Kreis beschlossen. Es sollte einen Maßnahmenkatalog enthalten und den Zeitraum bis zum Jahr 2030 umfassen.

Da die Bürgerinnen und Bürger im Kreis die Nutzer der Mobilitätsangebote und die eigentlichen Experten auf ihren täglichen Wegstrecken sind, wurde sie in das Vorhaben miteinbezogen und das Mobilitätskonzept zum Pilotprojekt der Bürgerbeteiligung im Rheingau-Taunus-Kreis. Im Juni 2021 hat der Kreistag das Mobilitätskonzept des Rheingau-Taunus-Kreises beschlossen:

Das Mobilitätskonzept einen Überblick darüber, welche Maßnahmen im Rheingau-Taunus-Kreis in den nächsten fünf bis zehn Jahren in Angriff genommen werden sollen, um ein flächendeckendes Mobilitätsangebot zu erhalten oder zu schaffen. Dazu müssen auch Maßnahmen gehören, die nicht vom Kreis selbst umgesetzt werden können.

Es sind insgesamt 80 Maßnahmen aufgeführt, Klein- wie Großprojekte, die im Konzept nebeneinanderstehen und von den Expertinnen und Experten sowie Bürgerinnen und Bürgern eine Priorisierung erfahren haben. Dabei werden alle für den Rheingau-Taunus-Kreis relevanten Verkehrsträger berücksichtigt:

- der motorisierte Individualverkehr
- der Öffentlichen Schienenpersonenverkehr
- der Busverkehr
- der Radverkehr
- der Fährverkehr
- der Wirtschaftsverkehr
- die Elektromobilität und Sharingangebote

Zudem zeigt das Mobilitätskonzept, an welchen Stellen im Kreis die meisten Unfälle passieren.

Die Maßnahmen mit der höchsten Priorität für die Mobilitätsentwicklung waren Folgende

- Instandhaltung der Straßeninfrastruktur, v.a. der Kreisstraßen
- Reaktivierung der Aartalbahn

- Beseitigung des Bahnübergangs in Rüdesheim
- Taktverdichtungen im Busnetz
- Ausbau des Radhauptnetzes und von Raddirektverbindungen.

<https://www.rheingau-taunus.de/informieren-beantragen/wirtschaft-regionalentwicklung/mobilitaet/mobilitaetskonzept/>

### **Masterplan Gesundheit 2020**

Die demografischen und gesellschaftlichen Veränderungen im Rheingau-Taunus-Kreis (RTK) sind für die Entwicklung des Masterplans von Bedeutung. Es sollen in den nächsten fünf Jahren im gesamten Rheingau-Taunus-Kreis Aktivitäten zur Sicherung der gesundheitlichen Versorgung koordiniert werden. Mit dem Masterplan wird ein Prozess initiiert, der die soziale und wirtschaftliche Gesundheitsentwicklung im Rheingau-Taunus-Kreis kontinuierlich ausbauen soll. Gesundheitsversorgung ist ein zentrales gesellschaftspolitisches Thema geworden – im städtischen Umfeld ebenso wie eher in ländlichen Gebieten. Die Hauptaufgabe besteht darin, gemeinsam mit den Gemeinden, den politisch Verantwortlichen sowie den vor Ort befindlichen Allgemeinmedizinerinnen im RTK, der KVH (Kassenärztliche Vereinigung Hessen) und weiteren Akteuren, Strategien zu entwickeln, um unter anderem dem künftig partiellen Ärztemangel entgegen zu wirken. Darüber hinaus finden weitere Maßnahmen zur Aufrechterhaltung der ambulanten, medizinischen und pflegerischen Versorgung der Bevölkerung im Masterplan Berücksichtigung – wie z.B. der Aufbau von Ärzte- bzw. Gesundheitszentren, die Stärkung bestehender Weiterbildungsverbände oder der Ausbau telemedizinischer Vernetzung zwischen Ärzten und Krankenhäusern.

Die wichtigsten Maßnahmen bestehen also darin Medizinische Versorgungszentren (MVZ) aufzubauen, Prävention & Gesundheitsförderung im RTK weiter zu etablieren, die Entwicklung zur Modellregion Gesundheit anzustreben und ein Individuelles Case Management (ICM) zusammen mit dem HSMI zu erreichen.

[https://www.rheingau-taunus.de/fileadmin/forms/gesundheit/masterplan\\_gesundheit\\_2020.pdf](https://www.rheingau-taunus.de/fileadmin/forms/gesundheit/masterplan_gesundheit_2020.pdf)

### **Ausbildungs- und Arbeitsmarktstrategie 2019**

Die Themen wie demografischer Wandel, Fachkräftemangel, Vereinbarkeit von Familie und Beruf oder Digitalisierung zeigen zunehmend größere Auswirkungen auf die Arbeitswelt und damit auch für die gesamte Gesellschaft. Der Rheingau-Taunus-Kreis hat sich daher entschieden, die bisherige Ausbildungs- u. Arbeitsmarktstrategie auf diese Themen hin neu auszurichten. Zwar liegt der RTK mit seiner Arbeitslosenquote unter dem hessenweiten und unter der deutschlandweiten Arbeitslosenquote. Auch die Jugendarbeitslosigkeit liegt im landesweiten Durchschnitt. Gleichzeitig sind aber eine Vielzahl von Ausbildungsplätzen unbesetzt. Gleiches

gilt auch für im Kreis vorhandene Arbeitsstellen. Ausgangspunkt ist hierbei die Frage: Was können wir im Rheingau-Taunus-Kreis tun, um die Themen mit allen Akteuren gewinnbringend und zukunftssträftig für die im Kreis lebenden Menschen und ansässigen Unternehmen zu bearbeiten oder zu lösen? Für die Neuausrichtung der Ausbildungs- u. Arbeitsmarktstrategie wurde eine wissenschaftliche Begleitung hinzugezogen. Das Institut für Wirtschaft, Arbeit und Kultur (IWAK) am Zentrum der Goethe-Universität Frankfurt am Main hat diese Aufgabe übernommen. Der Auftrag beinhaltete das Beschaffen und Aufbereiten von Datensätzen sowie deren Präsentation und Dokumentation der Befunde und Ergebnisse.

Es ergaben sich aus den Workshop-Runden vier Handlungsfelder. Diese Handlungsfelder sind Ausbildung neu denken und Ausbildung für junge Arbeitslose, Aktivierung von Arbeitslosen und stiller Reserve, Qualifizierung und Nachqualifizierung im Betrieb und Erschließung der Potentiale von Frauen.

Daraus leiten sich unter anderem die folgenden Maßnahmen ab, wie z.B. der Ausbau und die Weiterentwicklung der ProJob und der vhs beim Thema Sprachkurse. Es sollen mehr niedrigschwellige Angebote ohne Mindestteilnehmerzahl und ohne komplizierte Anmeldeprozeduren geschaffen werden. Außerdem soll der Unterricht nicht nur berufsbezogen sein, sondern auch einen Grundwortschatz ermöglichen. Des Weiteren ist es wichtig, dass sich Frauen während der Familienphase mit Hilfe von mobilen Lernangeboten weiter qualifizieren können. Auch die Gründung eines Bündnisses zwischen dem Kommunalen Job Center (KJC), der Wirtschaftsförderung (Wifö) des RTK gemeinsam mit den Kammern IHK und HWK, weiteren Bildungsträgern und Kooperationspartnern zur Steuerung und Initiierung solcher Aktivitäten gilt als äußerst sinnvoll.

[https://www.rheingau-taunus.de/fileadmin/forms/wirtschaftsf%C3%B6rderung/ausbildung\\_und\\_arbeitsmarktstrategie\\_2020\\_2024.pdf](https://www.rheingau-taunus.de/fileadmin/forms/wirtschaftsf%C3%B6rderung/ausbildung_und_arbeitsmarktstrategie_2020_2024.pdf)

### **Tourismuskonzept 2018 und dwif-Studien zum Wirtschaftsfaktor Tourismus**

Anlass für die Erstellung des Tourismuskonzeptes war der Beschluss des Kreistages, eine Strategie für den Rheingau-Taunus-Kreis in Zusammenarbeit mit der Rheingau-Taunus Kultur und Tourismus GmbH und weiteren Tourismusträgern bis Ende des Jahres 2018 zu erstellen und dem Kreistag vorzulegen.

Zur Bestimmung der konkreten Inhalte des Konzeptes und zur Diskussion der Leitlinien der touristischen Entwicklung im Rheingau-Taunus-Kreis hat die Verwaltung eine Arbeitsgruppe zur Neustrukturierung des Tourismus (AG Tourismus) einberufen.

In der ersten Arbeitsgruppensitzung einigten sich die Teilnehmer darauf, dass das vorzulegende Tourismuskonzept sein Hauptaugenmerk auf organisatorische, strukturelle und finanzielle Fragen des Tourismus im Rheingau-Taunus-Kreis richten soll. Die inhaltliche Ausrichtung von Projekten soll eher den touristischen Vermarktungsorganisationen und den anderen Akteuren, die touristische Projekte planen und umsetzen, vorbehalten sein.

In vier Arbeitsgruppensitzungen von April bis November 2018 wurden die Strategielinien und Maßnahmen, die im Konzept zusammengefasst sind, diskutiert und erarbeitet.

Parallel zur Arbeit der AG Tourismus hat die Rheingau-Taunus Kultur und Tourismus GmbH (RTKT) in Zusammenarbeit mit der RÜD AG in einem Coachingprozess, moderiert vom Hessischen Tourismusverband, ein Konzept zur Neuaufstellung der Destination Rheingau entwickelt. Die Ergebnisse dieses Destinationsentwicklungskonzeptes sind in das vorliegende Tourismuskonzept integriert worden.

Maßnahmenswerpunkte waren die Beteiligung des Rheingau-Taunus-Kreises im Taunus Touristik Service e.V., das Einsetzen und Etablieren der Tourismuskoordination für den Taunus und die Bildung von Kooperationen. Einzelprojekte umfassen unter anderem die Weiterentwicklung der Dachmarke Kulturland Rheingau, Premiumwandern im Wispertaunus und die Naturparkplanung. Viele der Maßnahmen und Projekte sind umgesetzt oder in der Weiterentwicklung.

Seit dem Jahr 2005 werden mit mehrjährigen Abständen durch die dwif-Consulting GmbH (Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr) aus München die wirtschaftlichen Auswirkungen des Tourismus für den Kammerbezirk der Industrie- und Handelskammer Wiesbaden und die Teilregionen Rheingau-Taunus, Wiesbaden und Hochheim erfasst und berechnet. Schwerpunkte sind die Zeitreihenvergleiche, die Betrachtung des Tagestourismus, Übernachtungstourismus, touristische Kennziffern, vom Tourismus profitierende Branchen, Wertschöpfungsketten und Steuereffekte. Eine neue Betrachtung des Wirtschaftsfaktor Tourismus ist für dieses Jahr in der Umsetzung.

Im Vergleich der Veränderungen zwischen den Jahren 2014 bis 2019 zeigte sich, dass der Übernachtungstourismus insgesamt abgenommen hatte und der Tagestourismus insgesamt zugenommen hatte, vor allem im Rheingau. Der Einzelhandel im Rheingau ist die Branche, die am meisten vom Tourismus profitiert. Allerdings verdienen deutlich weniger Personen ihr Geld ausschließlich im Tourismus.

[https://www.rheingau-taunus.de/fileadmin/forms/wirtschaftsf%C3%B6rderung/tourismus-konzept\\_rtk\\_2019.pdf](https://www.rheingau-taunus.de/fileadmin/forms/wirtschaftsf%C3%B6rderung/tourismus-konzept_rtk_2019.pdf)