

# MODULDREI

## **Wirtschaftsförderung in Mainz 2030**

Wirtschaft fördern, beraten und vernetzen –  
den Wirtschaftsstandort strategisch stärken

Konzept für die Wirtschafts- und Strukturförderung  
der Landeshauptstadt Mainz

Stand: 06. November 2023

## Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis .....	2
1 Enge Zusammenarbeit für einen nachhaltig starken Wirtschaftsstandort.....	3
2 Herausforderungen für Unternehmen sind Aufgaben für den Standort .....	6
2.1 Resilienz gegen internationale Krisen .....	7
2.2 Auswirkungen von Megatrends auf den Wirtschaftsstandort Mainz.....	9
2.3 Nachhaltigkeit als dominantes Querschnittsthema der Zukunft .....	13
3 Wirtschaftsstruktur und Entwicklungstrends – die Datengrundlage.....	15
3.1 Quantitative Sozialforschung – Datenanalyse .....	15
3.2 Ergänzende qualitative Forschung.....	21
4 Handlungsfelder der Abteilung Wirtschaftsförderung.....	27
4.1 Unternehmensservices und Bestandspflege .....	28
4.2 Gründungen .....	32
4.3 Standortentwicklung und digitale Infrastruktur .....	36
4.4 Cluster und Netzwerke .....	38
4.5 Innenstadtentwicklung.....	41
4.6 Standortmarketing.....	45
4.7 Investor:innen und Ansiedlung.....	48
4.8 Menschen und Kompetenzen .....	51
4.9 Foresight und Strategie.....	54
5. Roadmap „Wirtschaftsförderung in Mainz 2030“ .....	56
6. Eine Vision für den Wirtschaftsstandort Mainz 2030 .....	61

## Anhang

## **1 Enge Zusammenarbeit für einen nachhaltig starken Wirtschaftsstandort**

Seit der Erarbeitung des Konzeptes „Wirtschaft in Mainz 2020+“ sind drei Jahre vergangen, in denen sehr viel geschehen ist. Vor allem die Corona-Pandemie und die Folgen des russischen Angriffs auf die Ukraine haben die Wirtschaft (und damit die Wirtschaftsförderung) vor große Herausforderungen gestellt. Und die großen „Alltagsthemen“ bleiben: Klimawandel, Energiekrise, digitale Transformation, hoher Innovationsdruck und demografischer Wandel sind allgegenwärtig.

Die Landeshauptstadt Mainz ist als Wirtschaftsstandort geprägt von einem ausgewogenen Branchenmix aus Industrie, Dienstleistung, Medien, Tourismus und Gastronomie, Kultur- und Kreativwirtschaft, Handel, Weinbau, Handwerk sowie Gesundheit, Biotechnologie und Life-Science. Der Schwerpunkt liegt auf kleinen und mittelständischen Unternehmen. Die meisten sind gut durch die vergangenen Krisenjahre gekommen, aber die Herausforderungen werden größer.

Um darauf angemessen reagieren zu können, braucht es ein hohes Maß an Flexibilität. „Gute“ Wirtschaftsförderung steht zunächst für Stabilität, die sich aus der verlässlichen Bearbeitung ihrer zahlreichen Aufgaben ergibt. Grundlagen einer Wirtschaftsförderung, die ihren Standort resilient machen will, sind die Auseinandersetzung mit dem Status quo und den Trends des eigenen Wirtschaftsstandortes, die verlässliche Bearbeitung der alltäglichen Aufgaben, die frühzeitige Erkennung zukünftiger Entwicklungen und deren Integration in das Angebot für Unternehmen am Standort.

Mainz hat durch die Entwicklung des Impfstoffes von BioNTech SE wie kaum ein anderer Standort von der Pandemie profitiert und zeitweise die Aufmerksamkeit der ganzen Welt auf sich gezogen. Mainz kann und darf

darauf hinweisen: Solche Erfolge sind hier möglich! Auch deshalb, weil Mainz gute Lebens- und Arbeitsbedingungen bietet. Und weil die Landeshauptstadt Menschen willkommen heißt. Darauf – und auf dem vorübergehend ungewöhnlich hohen Ertrag – muss der Wirtschaftsstandort aufgebaut werden.

Daher wollen die Akteur:innen der Wirtschaftsförderung in Mainz die nächsten Schritte gehen, um den Erfolg des Wirtschaftsstandortes nachhaltig zu gestalten. Sie haben gemeinsam an der Erstellung dieses Konzeptes gearbeitet und wollen sich in Zukunft enger als bisher im „Netzwerk Wirtschaftsförderung“ koordinieren (s. Kap. 4). Ziele sind die bessere Verknüpfung der Themen und die Realisierung von Synergien sowie wirksamen Kooperationen, die die Attraktivität der Stadt Mainz als Wirtschaftsstandort stärken und in eine weiterhin krisensichere Zukunft führen.

Denn dies gelingt nur, wenn alle an einem Strang ziehen: die Kammern, die städtischen Gesellschaften, die Verwaltung, hier besonders die Abteilung Wirtschaftsförderung, und die Politik. Ein nachhaltig starker und erfolgreicher Wirtschaftsstandort Mainz ist eine Querschnitts- und Gemeinschaftsaufgabe. Um sie zu lösen, muss auch die Landeshauptstadt selbst ihre Handlungsfähigkeit weiter stärken.

Ein wichtiger Schritt ist die vorliegende Neufassung „Wirtschaftsförderung in Mainz 2030“ des Wirtschaftsförderungskonzeptes „Wirtschaft in Mainz 2020+“. Sie geht zurück auf einen Beschluss des Stadtrates vom 23. September 2020 (Antrag 1657/2020). Nach der notwendigen Ausschreibungsphase hat die gemeinsame, abgestimmte und gründliche Erstellung zehn Monate erfordert. Der aufwändige Prozess umfasste neben gründlicher Datenanalyse auch Interviews mit Expert:innen, drei Fokusgruppen sowie drei

Workshops mit den relevanten Akteur:innen. Abschließend haben sie alle gemeinsam am vorliegenden Text gearbeitet, in dem vielfältige Vorschläge zu einem Gesamtkonzept verdichtet wurden. Neben der Weiterentwicklung der Handlungsfelder fokussiert das Konzept deshalb auch die Zusammenarbeit und den regelmäßigen Austausch aller wirtschaftsfördernden Akteur:innen vor Ort.

Die mittelfristige Perspektive bis zum Jahr 2030 ist sinnvoll, um zu zeigen, was eine auf jüngsten Krisen und Erfolgen aufbauende Wirtschaftsförderungsarbeit leisten kann, wenn sie über die nötigen Mittel verfügt. Das Strategiepapier ist in sechs Kapitel unterteilt, die einen Bogen spannen von den aktuellen Herausforderungen bis hin zu konkreten Umsetzungsschritten. Zahlreiche grundlegende Daten, wichtige Zusatzinformationen und eine gutachterliche Stellungnahme finden sich im Anhang.

## **2 Herausforderungen für Unternehmen sind Aufgaben für den Standort**

Die letzten Jahre haben Wirtschaft und Politik eindrucksvoll vor Augen geführt, wie schwierig es ist, unter Bedingungen zunehmender Unsicherheit eine klare Strategie zu verfolgen. Der Wirtschaftsstandort Mainz kann für sich beanspruchen, den Folgen von Pandemie, Krieg und Energiepreiskrise insgesamt erfolgreich begegnet zu sein. Eine strategische Weiterentwicklung des Standortes erfordert, dass aktuelle Entwicklungen laufend mit den langfristigen Trends abgeglichen werden. Um mehr nachhaltigen Wohlstand für Mainz und seine Menschen zu erreichen, kann die Abteilung Wirtschaftsförderung nicht nur „auf Sicht fahren“.

Im vorangegangenen Konzept „Wirtschaft in Mainz 2020+“ hat die Abteilung Wirtschaftsförderung die Rahmenbedingungen und Megatrends benannt, die auch weiterhin aktuell sind. Neben der damals neu aufkommenen Corona-Pandemie waren dies vor allem die digitale Transformation der Wirtschaft, Globalisierung und Internationalisierung, demografischer Wandel und Drehung des Arbeitsmarkts sowie Nachhaltigkeit im Sinne sozialer und ökologischer Verantwortung. Diese Rahmenbedingungen und Megatrends haben sich mit Blick auf die Zeit bis 2030 bestätigt, sie sind in ihrer Bedeutung für Unternehmen und den Wirtschaftsstandort sogar gestiegen. Tatsächlich müssen heute aber noch größere Zusammenhänge beachtet werden.

## 2.1 Resilienz gegen internationale Krisen

Erfolgreiche Unternehmen sind daran gewöhnt, sich schnell auf veränderte Rahmenbedingungen einzustellen. Die Exportquote der Mainzer Wirtschaft lag 2022 bei 35,6 Prozent<sup>1</sup> (nach 51,3 Prozent im Vorjahr) – der Export ist eine große Stärke und macht Mainz erkennbar, aber auch abhängiger von internationalen Entwicklungen. Das laufende Jahrzehnt hat internationale Krisen hervorgebracht, die sich teils überlagern und gegenseitig so verstärken, dass unternehmerisches Handeln vor extremen Herausforderungen steht.

Die Corona-Pandemie hat (vor allem wegen der notwendigen Lockdowns) besonders die Gastronomie-, Veranstaltungs- und Kulturbranche hart getroffen. Fast alle Gewerbetreibenden waren gezwungen, sich an die neuen Gegebenheiten und Rahmenbedingungen anzupassen. Das führte jedoch nicht nur zu zahlreichen Einbußen, sondern auch zu einem Aufschwung an kreativen und innovativen Ideen. Die Förderpolitik von Bund und Land hat zahlreichen Unternehmen geholfen, die Krise durchzustehen. Die Abteilung Wirtschaftsförderung und ihre Partner:innen haben große Anstrengungen unternommen, um Mainzer Unternehmen bei ihrem Kampf gegen die Krisenfolgen wirksam zu unterstützen.

Die Corona-Pandemie hat Globalisierung neu definiert: Sie war die erste weltumspannende Gesundheitskrise seit mehr als 100 Jahren. Und sie hat schonungslos die Schwachstellen der globalen ökonomischen Vernetzung offengelegt, indem sie die Verletzlichkeit von Lieferketten zeigte. Der russische Angriff auf die Ukraine führte zusätzlich zu einem exponentiellen Anstieg der Energiekosten, für viele Unternehmen auch zum Wegbrechen von

---

<sup>1</sup> [https://www.statistik.rlp.de/fileadmin/dokumente/berichte/E/1013/E1013\\_202200\\_1j\\_K.pdf](https://www.statistik.rlp.de/fileadmin/dokumente/berichte/E/1013/E1013_202200_1j_K.pdf) (S.87).

Märkten. Von diesen Problemen sind auch in Mainz zahlreiche Unternehmen betroffen.

In ihrer Beratungsarbeit ist die Abteilung Wirtschaftsförderung mit unterschiedlichen Auswirkungen konfrontiert. Beispielhaft können genannt werden:

- Bedrohung von Branchen und Geschäftsmodellen
- Preissteigerungen, Konsum- und Nachfragerückgang sowie Einnahmeneinbrüche (z. B. im Einzelhandel, in der Gastronomie, in der Tourismusbranche)
- Liquiditätsengpässe
- Geschäftsaufgaben und Insolvenzen
- Leerstände und Trading-down-Effekte in Quartieren
- Logistische Schwierigkeiten beim Absatz
- Schwierigkeiten bei Bezug von Leistungen oder Zwischenprodukten (insbesondere bei komplexeren Lieferketten und -netzen)
- Steigende Energiekosten

Insgesamt betrachtet hat sich die Mainzer Wirtschaft als krisenfest erwiesen. Diese Resilienz des Standortes ist zum einen dem breiten und ausgewogenen Branchenmix zu verdanken, zum anderen verbessert der herausragende Erfolg der BioNTech SE die Gesamtbilanz erheblich – und erhöht auch die Handlungsfähigkeit der Landeshauptstadt. Mit dem Durchbruch in der Entwicklung des Covid-19-Impfstoffes haben sich einzigartige Potenziale für die Stadt Mainz ergeben. Insgesamt stiegen die Einnahmen aus der Gewerbesteuer (einmalig) um 440 Prozent.



Zusätzlich zu dem finanziellen Zugewinn für die Stadtkasse wurde auch der Wirtschaftsstandort Mainz durch diesen Unternehmenserfolg temporär in den Blick der Weltöffentlichkeit gerückt. Auch für den Mainzer Mittelstand, der die solide Basis des Wirtschaftsstandortes bildet, ergeben sich dadurch neue Anknüpfungspunkte in Bezug auf globale Märkte.

Vor diesem Hintergrund ist es wichtig, das aktuelle Momentum zu nutzen und die Entwicklung des Wirtschaftsstandortes Mainz strategisch klug voranzutreiben.

## **2.2 Auswirkungen von Megatrends auf den Wirtschaftsstandort Mainz**

Die meisten Unternehmer:innen würden wohl einem früheren Bundeswirtschaftsminister zustimmen: „Wirtschaft wird in der Wirtschaft gemacht.“ Es wäre vermessen zu glauben, Politik und Verwaltung könnten die Entwicklung des Wirtschaftsstandortes Mainz „steuern“. Um aber Unternehmen optimale Bedingungen zum Wirtschaften anbieten zu können und nachhaltigen Wohlstand für die Stadt zu schaffen, muss die Abteilung Wirtschaftsförderung sich mit langfristigen Entwicklungen auseinandersetzen, sie beobachten, ihre Relevanz für den Standort einschätzen und daraus Handlungsvorschläge entwickeln. Und sie umsetzen.

Solche langfristigen Entwicklungen bezeichnet das in Frankfurt ansässige Zukunftsinstitut als „Lawinen in Zeitlupe“ und hat sie als Megatrends systematisiert:<sup>2</sup> New Work, Globalisierung, Mobilität, Konnektivität, Gesundheit, Neo-Ökologie, Gender-Shift, Individualisierung, Wissenskultur, Urbanisierung, Silver Society und Sicherheit.

---

<sup>2</sup> <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/>



Abbildung 1: Die zwölf Megatrends in vereinfachter Darstellung (Zukunftsinstitut 2023)

Tatsächlich haben alle diese 12 Megatrends eine Bedeutung auch für die Mainzer Wirtschaft, also auch für die Arbeit der Abteilung Wirtschaftsförderung. Im Beratungsalltag und in der Netzwerkarbeit tauchen sie vielgestaltig auf – etwa als demografischer Wandel, digitale Transformation, Finanzierung von neuen Prozessen (oftmals zum Thema Nachhaltigkeit) oder auch New Work mit neuen Ansprüchen bspw. an Räumlichkeiten.

Die umfassende digitale Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft betrifft alle Sektoren und Branchen. Unternehmen, die sich der digitalen Transformation und der Automatisierung von Arbeitsprozessen zu zögerlich nähern, werden schon bald nicht mehr wettbewerbsfähig sein. Der Fokus der Abteilung Wirtschaftsförderung liegt hier auf folgenden Punkten:

- Unterstützung bei der digitalen Transformation von Unternehmen
- Förderung einer neuen, „digitalen“ Innovationskultur in Unternehmen
- Notwendiger Ausbau von Ausbildungs-, Wissenschafts- und Forschungseinrichtungen im Bereich digitale Transformation
- Implementierung von künstlicher Intelligenz in den betrieblichen Alltag
- Entwicklung von digitalen Geschäftsmodellen und datenbasierten Strategien
- Profilierung des Standortes als Innovationsstandort im Standortwettbewerb
- Flächendeckender Ausbau digitaler Infrastruktur (Glasfaser, WLAN, 5G, Internetknotenpunkte)
- Umstrukturierung und Gestaltung der Arbeitswelt: neue Formen der Zusammenarbeit, z. B. New Work, Co-Working, Job-Sharing, Home-office
- Weiterentwicklung von Wertschöpfungsketten zu Wertschöpfungsnetzen

Die digitale Transformation bleibt eine Aufgabe, die sich stetig verändert, aber niemals abgeschlossen sein wird. Dies gilt für einzelne Unternehmen ebenso wie für den Wirtschaftsstandort Mainz insgesamt. Hier handlungsfähig zu sein, ist ein wesentlicher Standortvorteil.

Dies gilt auch in Bezug auf den demografischen Wandel (in den Megatrends als „Silver Society“ betitelt). Deutschland erlebt, wie die meisten Industriestaaten, eine forcierte Entwicklung mit erheblichen, deutlich spürbaren Folgen: Auf dem Arbeitsmarkt fehlen Auszubildende und junge Arbeitnehmer:innen, die die Arbeitsplätze besetzen könnten, die im kommenden Jahrzehnt durch den Renteneintritt der „Babyboomer-Generation“ frei werden.

Hinzu kommen strukturelle Verschiebungen: Der formale Bildungsgrad steigt, der Anteil der Studienanfänger:innen in einem Jahrgang wächst zu Lasten der betrieblichen Ausbildung. Viele Arbeitsplätze der „alten Generation“ entsprechen nicht den Ansprüchen junger Arbeitnehmer:innen. Zusätzlich zur geringen Kohortenstärke nachwachsender Generationen entsteht allein schon deshalb die Notwendigkeit, Betriebe umzustellen und den Arbeitsmarkt neu zu strukturieren.

Die Abteilung Wirtschaftsförderung ist vor diesem Hintergrund mit folgenden Beratungsthemen konfrontiert:

- Arbeitskräftemangel an sich und Mangel an qualifizierten Arbeitskräften
- Suche nach Auszubildenden und Arbeitnehmer:innen
- Suche nach Unternehmensnachfolge im Mittelstand
- Entwicklung und Förderung neuer Geschäftsmodelle
- Entwicklung und Förderung von New-Work-Modellen
- Auseinandersetzung mit unternehmensrelevanten Trends (z. B. zur Umstrukturierung von Arbeitsprozessen)

Es liegt auf der Hand, dass die Partner:innen im „Netzwerk Wirtschaftsförderung“ (vgl. Kap. 4) hier gemeinsam vor großen Aufgaben stehen, insbesondere die Kammern. Auch die Abteilung Wirtschaftsförderung wird immer stärker gefordert – insbesondere dann, wenn sie proaktiv Angebote machen und Unternehmer:innen rechtzeitig sensibilisieren will. Das ist für eine strategische Standortentwicklung jedoch erforderlich.

Die Übersicht der Megatrends zeigt, dass in Zeiten dynamischer Veränderung stetig neue Ansprüche und Aufgaben entstehen. Um Unternehmen hier Antworten anbieten zu können, muss die Abteilung Wirtschaftsförderung die nötigen Ressourcen einsetzen können.

## **2.3 Nachhaltigkeit als dominantes Querschnittsthema der Zukunft**

Der Begriff der Nachhaltigkeit bezieht sich längst umfassend auf das gesellschaftliche, wirtschaftliche und politische Handeln. Ökonomische Leistungsfähigkeit, ökologische Verantwortung und soziale Gerechtigkeit können nicht isoliert voneinander betrachtet werden. In der Umsetzung ergibt sich das bekannte sogenannte Nachhaltigkeitsdreieck, in dem alle drei Ausprägungen voneinander abhängig sind.

Immer mehr Unternehmen beziehen sich bei ihrer Arbeit auf die von den Vereinten Nationen definierten 17 Nachhaltigkeitsziele („SDG“ für Sustainable Development Goals)<sup>3</sup>. Sie tun dies einerseits aus unternehmerischer Verantwortung, andererseits als Reaktion auf den Markt: Im B2B- wie im B2C-Segment erwartet eine wachsende Zahl von Kund:innen eine nachhaltige Ausrichtung.

Nachhaltigkeit ist eine kommunale Gemeinschafts- und Querschnittsaufgabe. Das wirtschaftliche Handeln einzelner Akteur:innen steht nicht für sich. Unternehmen haben immer auch strukturellen Einfluss und damit eine große gesellschaftliche Verantwortung.

Für Mainzer Unternehmen ergeben sich hieraus zahlreiche Aufgaben, darunter Messung und Controlling von Kennzahlen für Nachhaltigkeit, Entwicklung und Etablierung neuer Geschäftsmodelle (z. B. Sharing-Economy,

---

<sup>3</sup> <https://sdg-portal.de/de>

Circular Economy) oder die Umsetzung nachhaltigen Wirtschaftens entlang der kompletten Wertschöpfungskette.

Diese Ausrichtung auf Nachhaltigkeit wird heute auch vom Wirtschaftsstandort selbst erwartet: Bei der Vergabe von Gewerbegrundstücken achten beide Seiten auf eine Vielzahl von ökologischen und sozialen Kriterien, und Investor:innen ziehen Standorte oftmals nicht mehr in Betracht, an denen etwa CO<sub>2</sub>-freie Energieformen nicht in ausreichender Menge zur Verfügung stehen. Kommunen, die bei der Dekarbonisierung und der Ausrichtung auf die 17 „SDG“ eine führende Rolle einnehmen, erarbeiten sich so auch einen Vorsprung im Standortwettbewerb.

Aus der Ausrichtung auf nachhaltige Entwicklung ergeben sich für die Abteilung Wirtschaftsförderung zahlreiche Aufgaben. Die wichtigsten:

- Einbettung der Wirtschaft in den Kontext der nachhaltigen Entwicklung der Stadt
- Unterstützung von Unternehmen bei der Suche nach Beratung und Finanzierung von Nachhaltigkeitsstrategien
- Information und Aktivierung von Unternehmen für eine zukunftsfähige, nachhaltige Ausrichtung ihrer Geschäftsmodelle
- Überprüfung und Optimierung aller wirtschaftsfördernden Maßnahmen unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit
- Sensibilisierung von Akteur:innen

Den Wirtschaftsstandort Mainz weiter strategisch auszurichten, bedeutet eine konsequente Orientierung auf alle Dimensionen von Nachhaltigkeit. Die Aufgaben und der Arbeitsumfang bei diesem wichtigen Querschnittsthema nehmen in den nächsten Jahren erheblich zu.

## 3 Wirtschaftsstruktur und Entwicklungstrends – die Datengrundlage

Erfolgreiche Wirtschaftsförderung stützt sich auf valide Daten. Nur so ist es möglich, Trends zu verstehen und rechtzeitig zu handeln. Auch wenn einzelne Daten vielleicht „langweilig“ wirken oder für allgemein bekannt gehalten werden – in der Gesamtschau sind sie eine unverzichtbare Grundlage für unsere Steuerung.

### 3.1 Quantitative Sozialforschung – Datenanalyse

In der Landeshauptstadt Mainz leben mehr als 220.000 Menschen.<sup>4</sup> Seit 2011 ist die Mainzer Bevölkerung um circa 8,2 Prozent gewachsen – das ist deutlich stärker als etwa im Landesdurchschnitt. Denn die Bevölkerung in Rheinland-Pfalz wuchs im selben Zeitraum nur um rund 2,9 Prozent.<sup>5</sup>

Mainz ist eine Kommune, die aufgrund ihrer Funktionen als Landeshauptstadt und Oberzentrum einen großen Überschuss an Einpendler:innen aufweist – mit einem täglichen Plus von rund 29.100 Pendler:innen. Die Mainzer:innen selbst wiederum pendeln vor allem nach Wiesbaden (circa 9.900), nach Frankfurt am Main (circa 9.300) und Mainz-Bingen (circa 5.600). Wer nach Mainz einpendelt, kommt etwa aus Mainz-Bingen (circa 22.600), Wiesbaden (circa 9.700) und Alzey-Worms (circa 6.900).<sup>6</sup>

Der Standort Mainz ist also attraktiv – auch für Arbeitnehmer:innen und Privatpersonen. Ein so deutliches Bevölkerungswachstum ist kein Zufallsprodukt. Dabei konkurriert die Stadt natürlich mit dem übrigen Rhein-Main-Gebiet.

---

<sup>4</sup> 221.000 Einwohner:innen mit Hauptwohnsitz zum 31. Dezember 2022 (Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz).

<sup>5</sup> Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 2023 ([https://www.statistik.rlp.de/fileadmin/dokumente/kreisdatenprofil/ergebnisse/20230522\\_KS315\\_Mainz.pdf](https://www.statistik.rlp.de/fileadmin/dokumente/kreisdatenprofil/ergebnisse/20230522_KS315_Mainz.pdf) – Abrufdatum: 5. Oktober 2023).

<sup>6</sup> Bundesagentur für Arbeit: Pendleratlas 2023 (<https://statistik.arbeitsagentur.de/DE/Navigation/Statistiken/Interaktive-Statistiken/Pendleratlas/Pendleratlas-Nav.html> – Abrufdatum: 26. September 2023).

In Mainz ist die Bevölkerung jünger als im Rest des Landes. Das ist wenig überraschend bei einem starken Forschungs- und Hochschulstandort: Rund 39.000 Studierende aus 130 Nationen an vier Hochschulen belegen das. Auf 1.000 Einwohner:innen kommen in Rheinland-Pfalz etwas mehr als 30 Studierende, in Mainz sind es hingegen über 170.<sup>7</sup> Dazu kommen über 4.000 Wissenschaftler:innen und 15 Forschungsinstitute.

Der Bevölkerungsanteil von Menschen mit ausländischer Nationalität lag 2021 bei rund 18,4 Prozent. Die Stadt ist also nicht nur tendenziell jung, sondern auch international.<sup>8</sup>

Eine genaue Betrachtung der Mainzer Wirtschaftsstruktur (auch und gerade im Zeitablauf) ist relevant, um wirtschaftliche Entwicklungen zu erkennen und entsprechende strategische Maßnahmen abzuleiten.

In Mainz arbeiten derzeit rund 121.000 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte. Das bedeutet ein beeindruckendes Plus von ca. 7.000 Beschäftigten im Vergleich zum Jahr 2020, also einen Zuwachs von über sechs Prozent.<sup>9</sup> Die Arbeitslosenquote in Rheinland-Pfalz, wie auch in Mainz, liegt im Jahr 2023 jeweils bei 4,9 Prozent. Für eine Großstadt ist das ein bemerkenswert guter Wert. Für die Bundesrepublik liegt die Quote aktuell bei 5,7 Prozent.<sup>10</sup>

Die größten Arbeitgeber:innen kommen in Rheinland-Pfalz aus den Branchen Einzelhandel, Verwaltung, Gesundheits- und Sozialwesen.<sup>11</sup> Ein Mittel,

---

<sup>7</sup> BBSR 2023.

<sup>8</sup> Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 2023 ([https://www.statistik.rlp.de/fileadmin/dokumente/kreisdatenprofil/ergebnisse/20230522\\_KS315\\_Mainz.pdf](https://www.statistik.rlp.de/fileadmin/dokumente/kreisdatenprofil/ergebnisse/20230522_KS315_Mainz.pdf) – Abrufdatum: 6. Oktober 2023).

<sup>9</sup> Bundesagentur für Arbeit 2023.

<sup>10</sup> Bundesamt für Statistik 2023.

<sup>11</sup> Bundesagentur für Arbeit 2023.



um standortspezifische Besonderheiten in der Branchenstruktur herauszuarbeiten, ist der Standortquotient.<sup>12</sup> In diesem Fall ist die Landeshauptstadt Mainz mit dem gesamten Bundesland Rheinland-Pfalz verglichen worden (siehe Abbildung 2). Der Standortquotient gibt hier an, in welchen Branchen eine besonders hohe oder niedrige Konzentration im Vergleich zum Bundesland vorliegt. Dabei hebt sich Mainz in der Kreativwirtschaft, der Forschung und den Medien positiv ab. Der Branchenmix ist insgesamt ausgewogen. Das macht den Standort Mainz stark.

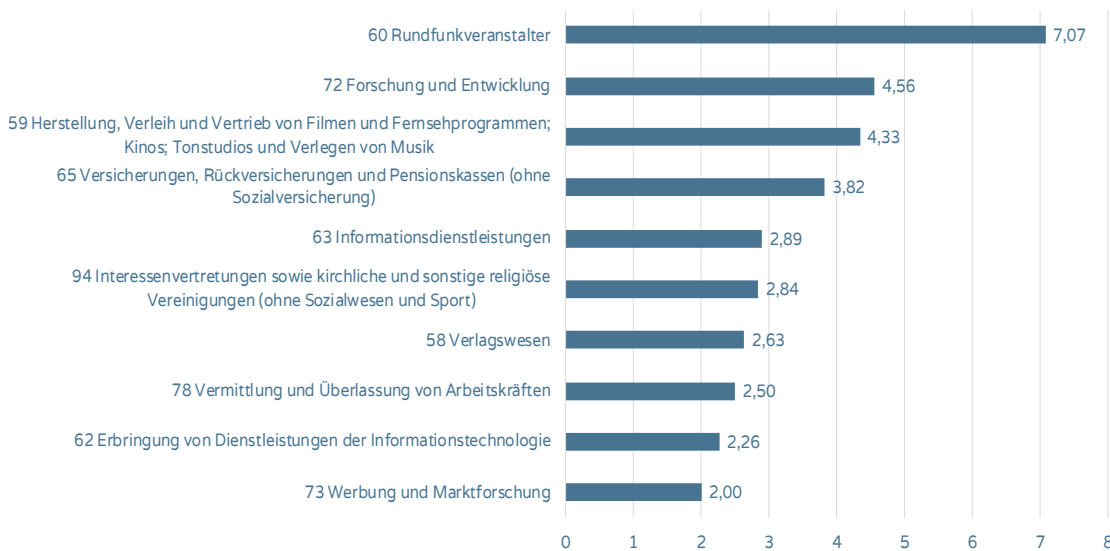


Abbildung 2: Top-10-Branchen in Mainz nach Standortquotient im Vergleich mit Rheinland-Pfalz (eigene Berechnung von Moduldrei; Bundesagentur für Arbeit 2023)

Bildung ist ein wichtiger Indikator, gerade mit Blick auf die vielen wissensintensiven Branchen in Mainz. Standorte, die frühzeitig den Nachwuchs fördern, in Bildungseinrichtungen und in Lehrende investieren, haben wertvolle Vorteile. Neben vielen Studierenden gibt es auch sehr viele Schüler:innen.

<sup>12</sup> Bundesagentur für Statistik 2023: Standortquotient. Dieser misst die räumliche Konzentration einer Branche in einer Region relativ zu der in einer übergeordneten Raumeinheit. Alle Werte über 1 bedeuten eine überdurchschnittlich hohe Konzentration der Branche im Vergleich.

Von den rund 22.300 Schüler:innen in Mainz geht fast die Hälfte aller Kinder (9.150) auf ein Gymnasium.<sup>13</sup> Das Ausbildungsniveau auf Schulebene ist somit bereits verhältnismäßig hoch.

Die Mainzer Bevölkerung vor Ort ist jung und gebildet. Gerade bei der Vielzahl von (internationalen) Schüler:innen und Studierenden muss hier rechtzeitig und stetig der Austausch gesucht werden. Wichtige Kooperationspartner:innen sind hier die Kammern und die Abteilung Wirtschaftsförderung sowie die Schulen, Hochschulen und natürlich die jungen Menschen selbst. Um die Potenziale vollständig zu heben, müssen die lokalen Unternehmen einbezogen werden. Den potenziellen Nachwuchskräften müssen berufliche Perspektiven aufgezeigt werden. Mainz hat die junge Bevölkerung vor Ort und muss diese halten. Gerade mit Blick auf den akuten Arbeits- und Fachkräftemangel in Kombination mit dem demografischen Wandel bieten sich große Chancen im Standortwettbewerb.

Sozialversicherungspflichtige Tätigkeiten in Mainz sind überwiegend auf dem Niveau der „Fachkräfte“ eingeordnet (50,54 Prozent).<sup>14</sup> Mit Blick auf das Anforderungsniveau „Expert:in“ wird allerdings deutlich, dass Mainz ein Hochschulstandort mit wissensintensiven Berufen ist. Während in Mainz rund 20 Prozent der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten dem Anforderungsniveau „Expertin/Experte“ entsprechen, sind es auf Landesebene nur um die elf Prozent.<sup>15</sup> Mainz hat im Landesvergleich deutlich weniger Auszubildende pro 100.000 Einwohner:innen (40,2) als das Land (48,9).<sup>16</sup>

---

<sup>13</sup> Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 2023.

<sup>14</sup> IW Köln 2023: Als Fachkraft wird eine qualifizierte Arbeitskraft bezeichnet, die eine abgeschlossene Berufsausbildung, eine abgeschlossene Fortbildung, ein abgeschlossenes Studium oder eine vergleichbare mehrjährige Qualifizierung vorweisen kann. Formal geringqualifizierte Arbeitskräfte – auch An- und Ungelernte oder Helfer genannt – werden nicht zu den Fachkräften gezählt. Expert:innen weisen ein besonderes Fachwissen in einem oder mehreren Bereichen auf.

<sup>15</sup> Bundesagentur für Arbeit 2023.

<sup>16</sup> BBSR 2023.

Auch hier schlägt sich das hohe Qualifikationsniveau der Erwerbstätigen insgesamt nieder.

Es gibt eine Reihe von weiteren relevanten Standortindikatoren, die unternehmerische sowie private Entscheidungen beeinflussen: Mainz besitzt ein gut ausgebautes Breitbandnetz. Sowohl im Landesvergleich als auch im Vergleich mit umliegenden Städten wie Wiesbaden oder Frankfurt am Main gibt es keine signifikanten Unterschiede. Das belegt der Breitbandatlas der Bundesregierung,<sup>17</sup> und dies ist wichtig für einen Hochschul- und Forschungsstandort, aber ebenso wichtig für Unternehmen und Arbeitskräfte in Privathaushalten.

Die Anbindung von Mainz an alle Verkehrsträger (Flughafen, Autobahnnetz, ICE und Wasser) ist nahezu ideal. Auch die Nahversorgung ist annähernd perfekt, der Gang zum Supermarkt beträgt durchschnittlich 390 Meter. Bei den Ladepunkten für Elektromobilität je 100.000 Einwohner:innen liegt Mainz (52,97) hinter Wiesbaden (59,22) und Darmstadt (62,2), aber deutlich vor Offenbach (12,99) und Frankfurt am Main (33,9).<sup>18</sup>

Die Stadt ist zudem für Gewerbetreibende attraktiv. Im einschlägigen bundesweiten NUI-Ranking belegt Mainz im Jahr 2022 immerhin Platz 159 von 401.<sup>19</sup> Der Indikator gibt an, wie viele Gewerbebetriebe pro 10.000 Einwohner:innen im erwerbsfähigen Alter in einer Region im entsprechenden Jahr neu angemeldet wurden.

---

<sup>17</sup> <https://www.gigabitgrundbuch.bund.de/GIGA/DE/Breitbandatlas/start.html>.

<sup>18</sup> BBSR 2023.

<sup>19</sup> IFM Bonn 2023 ([https://www.ifm-bonn.org/fileadmin/data/redaktion/statistik/gruendungen-und-unternehmensschliessungen/dokumente/NUI\\_Regionenranking\\_2022.pdf](https://www.ifm-bonn.org/fileadmin/data/redaktion/statistik/gruendungen-und-unternehmensschliessungen/dokumente/NUI_Regionenranking_2022.pdf) – Abrufdatum: 6. Oktober 2023).

Im Jahr 2020 gab es in Mainz je 1.000 Einwohner:innen 7,4 Gründungen. Im Vergleich zu Frankfurt am Main (8,9), Wiesbaden (7,9) und Koblenz (8,5) ist das Existenzgründungsgeschehen also etwas geringer ausgeprägt.<sup>20</sup>

Mainz ist ein beliebter Standort zum Leben und Arbeiten, der immer weiter wächst. Die Stadt hat alle Großstadtvorteile zu bieten. Ein Bevölkerungswachstum von über zehn Prozent seit 2011 – trotz attraktiver Nachbarstädte – ist bemerkenswert und ein Indiz für diese Aussage. Dazu kommen die vielen Einpendler:innen, die in Mainz arbeiten. Und auch für den Tourismus ist Mainz ein Anziehungspunkt, was 965.000 Übernachtungen im Jahr 2022 belegen. Für das Jahr 2019 hat eine Studie des dwif<sup>21</sup> eine touristische Bruttowertschöpfung von 650 Millionen Euro errechnet.

Die Landeshauptstadt ist unter anderem so beliebt, weil viele verschiedene attraktive Arbeitgeber:innen aus unterschiedlichen Branchen in der Stadt ansässig sind. Der Mainzer Branchenmix ist zwar ausgewogen und ähnelt der bundesweiten Branchenstruktur, hat aber einmalige Spitzenunternehmen als Aushängeschilder zu bieten. Zusätzlich gibt es interessante Branchenkonzentrationen, die bundesweit eher selten zu finden sind: Die Kreativbranche ist sehr stark vertreten, und als Rundfunkstandort besitzt die Stadt ein weiteres herausstechendes Merkmal. Dazu ist Mainz bundesweit bekannt als Forschungs- und Hochschulstandort, und Life-Science und Biotechnologie gewinnen zunehmend an Bedeutung.

---

<sup>20</sup> Wegweiser Kommune 2022 (<https://www.wegweiser-kommune.de/daten/existenzgruendungen+mainz+2020-2021+tabelle> – Abrufdatum: 6. Oktober 2023).

<sup>21</sup> dwif 2018.

Anhand der quantitativen Daten ist festzuhalten, dass die Landeshauptstadt Mainz aus sozialer und ökonomischer Perspektive sehr gute Standortargumente aufweist: Mainz ist divers, international, lebenswert, innovativ und kreativ.

### **3.2 Ergänzende qualitative Forschung**

Als Ergänzung zu den „harten Fakten“ wurden flankierend auch Einschätzungen mittels Experteninterviews und in Fokusgruppen erhoben, um eine noch bessere Grundlage für die Strategie zu erhalten.

Es war eine sinnvolle Forderung des Stadtrates, dass die wichtigsten wirtschaftsfördernden Akteur:innen in die Erweiterung des bisherigen Wirtschaftsförderungskonzeptes „Wirtschaft in Mainz 2020+“ eingebunden werden. Denn: Das Konzept soll mit allen Akteur:innen abgestimmt sein und letztendlich auch von allen getragen werden. Um das zu erreichen, sind wir in drei Schritten vorgegangen: Nach explorativen Interviews mit Expert:innen haben wir Gespräche in drei Fokusgruppen durchgeführt und dann die Aufgaben in drei Workshops gemeinsam diskutiert.

Die Interviews sind mit führenden Repräsentant:innen folgender Institutionen erfolgt:

- Grundstücksverwaltungsgesellschaft der Stadt Mainz mbH
- mainzplus CITYMARKETING GmbH
- Industrie- und Handelskammer für Rheinhessen
- Handwerkskammer Rheinhessen
- Mainz City Management e. V.
- TechnologieZentrum Mainz GmbH
- biomindz Standortentwicklungsgesellschaft Mainz mbH

- Amt für Wirtschaft und Liegenschaften der Landeshauptstadt Mainz
- Amt für Stadtforschung und nachhaltige Stadtentwicklung der Landeshauptstadt Mainz
- Rheinhessen Standortmarketing GmbH

Die Ableitungen aus den quantitativen Daten werden in den flankierenden Experteninterviews bestätigt. Die Landeshauptstadt lebt insgesamt von ihrer sozialen und ökonomischen Vielfalt. Sie ist Medien-, Hochschul- und Innovationsstandort. Darüber hinaus kann Mainz auf eine starke und ausgewogene Wirtschaftsstruktur blicken, die verschiedenste Personen mit unterschiedlichsten Fähigkeiten an den Standort lockt – und auch am Standort hält. Auch hier sind sich die befragten Akteur:innen einig.

Eine Hauptaufgabe der Abteilung Wirtschaftsförderung besteht darin, diese ausgewogene Branchenstruktur zu fördern. Neben der Unterstützung innovativer Unternehmen aus Zukunftsbranchen ist es zudem wichtig, das Angebot an Gastronomie, Kreativwirtschaft und Hotellerie breit zu gestalten. Um hier zielgerichtet agieren zu können, muss die Abteilung Wirtschaftsförderung die Branchenstruktur und die aktuelle Situation der Unternehmen genau kennen und bewerten.

Die vielen (internationalen) jungen Studierenden und Familien verleihen der Stadt viel Kraft, wobei deren großstädtischer, aber kompakter Charakter sehr geschätzt wird. Die Akteur:innen sind sich einig, dass das damit korrespondierende positive Lebensgefühl erhalten werden muss. Das geht nur, wenn die Freizeitangebote nicht nur erhalten, sondern noch erweitert werden. Im Kulturbereich und in der Innenstadtgestaltung werden die größten Potenziale gesehen, um die Aufenthaltsqualität zu erhöhen und Personen an den Standort zu binden.

Dass die Abteilung Wirtschaftsförderung die strategische Entwicklung des Wirtschaftsstandortes Mainz vorantreiben möchte und die Akteur:innen dabei miteinbezieht, wird von allen unterstützt. Dabei sind sich die Akteur:innen auch einig, dass der gute Ruf der Stadt, die hohe Lebensqualität und die Branchenstruktur nur erhalten werden können, wenn die Handlungsfelder gemeinschaftlich angegangen werden. Die Koordination dieser gemeinschaftlichen Aufgaben wird von allen Akteur:innen als Herausforderung angesehen.

Die genannten drei Fokusgruppen haben für die Strategieentwicklung zentrale Themen diskutiert. Die Gruppen setzten sich aus Expert:innen aus wirtschaftsfördernden Institutionen sowie wirtschaftlichen Akteur:innen der Landeshauptstadt zusammen. Die Interviews beinhalteten einen allgemeinen Teil und einen spezifischen Themenbereich. Neben den Themen „Digitalisierung“ und „Unternehmensdienstleistungen“ wurde auch der Bereich „Standortmarketing“ in den Fokus genommen. Die Befragten sollten sowohl den Ist-Zustand als auch den gewünschten Soll-Zustand beschreiben.

Ein jeweils allgemeiner Teil behandelte insbesondere die Herausforderungen der vergangenen Jahre durch die Corona-Pandemie und den russischen Angriffskrieg gegen die Ukraine sowie die dadurch ausgelöste Lieferkettenproblematik und die gestiegenen Energiekosten. Auch die herausragende Stellung durch den exponentiellen Unternehmenserfolg von BioNTech SE wurde diskutiert. In Ableitung davon ging es um die aktuellen und die zukünftigen Aufgaben der Abteilung Wirtschaftsförderung und darüber hinaus aller wirtschaftsfördernden Akteur:innen und die Frage nach sinnvollen

Kooperationen. In den themenspezifischen Teilen wurde schwerpunktmäßig über eine zielgerichtete Entwicklung des jeweiligen Bereiches gesprochen.

Einige ausgewählte Kernergebnisse:

## Fokusgruppe „Digitale Transformation“

Die digitale Transformation muss in die Produktionsprozesse Mainzer Unternehmen noch besser implementiert werden – dies gilt aber auch für die wirtschaftsfördernden Institutionen. Dadurch sollen nicht nur Angebote und Anlaufstellen übersichtlicher gestaltet, sondern auch der Informationsfluss erleichtert werden. Letzteres gilt in beide Richtungen: sowohl institutionsintern als auch -extern. Schwerpunktmäßig geht es um die Beratung und um inhaltliche sowie finanzielle Unterstützung, beispielsweise in Form von Förderprogrammen für Unternehmen durch die wirtschaftsfördernden Akteur:innen. Für die verschiedenen wirtschaftsfördernden Institutionen in Mainz bedeutet digitale Transformation eine Weiterentwicklung ihres Angebots. Sowohl der Informationsfluss nach außen als auch die Erreichbarkeit der wirtschaftsfördernden Akteur:innen müssen zukünftig ausgebaut und analog sowie digital möglich sein. Auch die Kommunikation untereinander muss mit dem Ziel eines wirksamen Schnittstellenmanagements weiterentwickelt werden.

## Fokusgruppe „Unternehmensdienstleistungen“

Der Bereich Unternehmensdienstleistungen ist eine Kernaufgabe der Wirtschaftsförderung in Mainz. Im Fokus stehen die Themenbereiche Bestandspflege sowie Ansiedlung und Gründung von Unternehmen in Mainz. Um diese drei Säulen zu stärken und attraktive Rahmenbedingungen für Unternehmer:innen zu schaffen, braucht es einen engmaschigen Austausch und eine „offensive“, proaktive Wirtschaftsförderung. Alle Akteur:innen der Wirtschaftsförderung müssen genau wissen, was Unternehmer:innen umtreibt,



und müssen im Blick behalten, welche Themen und notwendigen Veränderungen auf die Unternehmen zukommen. In Mainz gibt es relativ viele Akteur:innen, die beim Thema Unternehmensdienstleistungen mitarbeiten. Die Abteilung Wirtschaftsförderung muss hier den Überblick behalten und ist sowohl Anlaufstelle für Kund:innen und Interessierte als auch für Unternehmensdienstleister:innen. Eine regelmäßige Bestands- und Bedarfsanalyse sowie eine vorausschauende Zukunftsforschung sind zentrale Aufgaben der Wirtschaftsförderung. Es gilt, die vorhandenen Ressourcen entsprechend einzusetzen bzw. Aufgabenbereiche der Abteilung Wirtschaftsförderung und der Akteur:innen zu definieren und Aufgaben zu delegieren.

## Fokusgruppe „Standortmarketing“

Aktuell ist das Standortmarketing in Mainz zu wenig fokussiert. Es fehlt eine gemeinsame Ziel- und Entwicklungsrichtung für das Standortmarketing in Mainz. Eine einheitliche Positionierung, eine Corporate Identity ist zwingend, um Mainz auch über die Stadt- und Landesgrenzen hinweg bekannt und differenzierbar zu machen sowie um Interesse an der Stadt bei Besucher:innen sowie Gründer:innen und Unternehmer:innen zu erzeugen. Für die Entwicklung einer Corporate Identity braucht es in erster Linie eine Priorisierung der Eigenschaften und Bilder, die Mainz nach außen hin darstellen und erzeugen soll. Aus dem Gespräch der Fokusgruppe ergibt sich das Bild einer zugänglichen und bodenständigen Stadt mit hoher Lebensqualität und hervorragender Lage in Zentraldeutschland. In Mainz finden sich außerdem global vernetzte Unternehmen wieder, die das innovative und weltgewandte Image der Stadt Mainz unterstützen. Dies sind die stärksten Standortvorteile der Stadt Mainz. Sie sollten zu zentralen Punkten des Standortmarketings werden.

Einig sind sich die Fokusgruppen: Es braucht eine übergeordnete Strategie für den Wirtschaftsstandort Mainz, und das Thema Wirtschaftsförderung muss einen noch höheren Stellenwert in Politik und Verwaltung einnehmen.

Abschließend wurden in drei Workshops die Grundlagen für die Arbeit der Abteilung Wirtschaftsförderung und für das Netzwerk Wirtschaftsförderung diskutiert.

## 4 Handlungsfelder der Abteilung Wirtschaftsförderung

Aus den allgemeinen Herausforderungen, den grundlegenden Daten, der durchgeführten Forschung und den Diskussionen der wirtschaftsfördernden Akteur:innen ergeben sich für den Wirtschaftsstandort Mainz 2030 neun Handlungsfelder, die die Abteilung Wirtschaftsförderung intensiv bearbeiten muss. Im genannten Beschluss des Stadtrates heißt es:

*„Die Verwaltung wird gebeten, um die Wirtschaftspolitik der Landeshauptstadt Mainz erfolgreich neu auszurichten, die vorliegende Konzeption mit den bestehenden wirtschaftsfördernden Akteuren der städtischen Gesellschaften (GVG, mainzplus CITYMARKETING GmbH) sowie mit den Kammern (u. a. IHK, HWK) zu beraten und dem Stadtrat eine abgestimmte Gesamtkonzeption vorzulegen.“*

Die hier dargelegten Handlungsfelder sind der Kern dieser Gesamtkonzeption. Es ist wichtig, dass die wirtschaftsfördernden Akteur:innen hier eng zusammenarbeiten. Voraussetzung ist aber, dass die Landeshauptstadt Mainz auch selbst handlungsfähig ist, um die strategische Entwicklung des Wirtschaftsstandortes aktiv voranzutreiben.

Der Beschluss des Stadtrates nennt das Ziel, „Synergieeffekte zu heben, statt Doppelaufgaben zu generieren“. Tatsächlich scheint es aber nach detaillierter Analyse nicht so, dass Aufgaben „doppelt“ erledigt werden. Nötig sind vielmehr eine verbindliche Information und Koordination auf regelmäßiger Basis sowie eine stetige Zusammenarbeit, um die genannten Synergien zu heben.

Die wirtschaftsfördernden Partner:innen haben sich deshalb im Verlauf der zur Konzepterstellung durchgeführten Interviews, Abstimmungen und Workshops darauf verständigt, im „Netzwerk Wirtschaftsförderung“ enger

zusammenzuarbeiten: Dies inkludiert die Industrie- und Handelskammer für Rheinhessen, die Handwerkskammer Rheinhessen, die Grundstücksverwaltungsgesellschaft der Stadt Mainz mbH, die mainzplus CITYMARKETING GmbH, das Mainz City Management e. V., das TechnologieZentrum Mainz GmbH, die biomindz Standortentwicklungsgesellschaft Mainz mbH und die Rheinhessen Standortmarketing GmbH, das Amt für Stadtforschung und nachhaltige Stadtentwicklung und die Abteilung Wirtschaftsförderung des Amtes für Wirtschaft und Liegenschaften, die hier naturgemäß die Koordination übernehmen soll.

Neben (mindestens) einem jährlichen Strategietreffen wird es eine projektbezogene Zusammenarbeit innerhalb der definierten Handlungsfelder geben, um auch im Alltag Informationen besser auszutauschen und durch regelmäßige Projekttreffen die Entwicklung des Standortes gemeinsam voranzutreiben.

Das „Netzwerk Wirtschaftsförderung“ wird Synergien aber nur realisieren können, wenn es einen stabilen organisatorischen Rahmen hat. Diesen muss die Abteilung Wirtschaftsförderung als koordinierende, vernetzende Stelle anbieten, wofür sie auch Ressourcen benötigt.

## **4.1 Unternehmensservices und Bestandspflege**

Wie kann die Wirtschaftsförderung in Mainz ansässige Unternehmen optimal unterstützen, damit sie erfolgreich wirtschaften können? Mit dem Handlungsfeld „Unternehmensservices und Bestandspflege“ soll ein Serviceangebot für in Mainz ansässige Unternehmen aufgebaut werden, das auf die Bedarfe der Unternehmen eingeht und sie bestmöglich im wirtschaftlichen Leben unterstützt.

Durch eine proaktive Begleitung soll ein enger Austausch zwischen Unternehmen und wirtschaftsfördernden Akteur:innen stattfinden, um Herausforderungen frühzeitig zu erkennen und handlungsfähig zu bleiben.

## Ziele im Handlungsfeld „Unternehmensservices und Bestandspflege“:

1. Mainzer Unternehmen bekommen eine bedarfsgerechte Unterstützung (individuell, schnell, kompetent) während des gesamten Unternehmenszyklus und sind damit zufrieden.
2. Mainzer Unternehmen sind gut mit relevanten Akteur:innen der Stadtverwaltung, weiteren Wirtschaftsinstitutionen und untereinander vernetzt.
3. Die Bindung Mainzer Unternehmen an den Standort Mainz wird gefestigt.

## Aufgaben der Abteilung Wirtschaftsförderung

Zentrale Aufgaben der Abteilung Wirtschaftsförderung im Handlungsfeld „Unternehmensservices und Bestandspflege“ sind die reaktive und proaktive Unternehmensberatung sowie die Unternehmensbetreuung im Sinne eines aktiven „Key-Account-Managements“.

Im Rahmen der Beratungsleistung werden Unternehmer:innen möglichst individuell begleitet. Die Abteilung Wirtschaftsförderung ist oftmals erste Anlaufstelle, wenn sie einen Überblick über Wirtschaftsinstitutionen, Veranstaltungen oder den Standort ganz allgemein erhalten möchten. Die Unternehmer:innen werden bei Bedarf an die richtigen Ansprechpartner:innen für ihr Anliegen verwiesen. Dabei kommen Unternehmer:innen mit vielfältigen unternehmerischen Themen – wie beispielsweise digitale Transformation, Unternehmensnachfolge, Fördermittel, Expansion und Investitionen – auf die Abteilung Wirtschaftsförderung zu. Darüber hinaus nimmt die Abteilung Wirtschaftsförderung eine vermittelnde Rolle als „Lotsin“ in der Verwaltung ein, indem sie individuelle und

strukturelle Bedarfe und Fragestellungen erfasst, aufbereitet und – gemeinsam mit anderen Ämtern – für ihre Bearbeitung sorgt.

Bei der Unternehmensbetreuung geht die Abteilung Wirtschaftsförderung teils proaktiv auf die Unternehmen zu, um sie bei Themen zu begleiten, die eine Vielzahl an Mainzer Unternehmer:innen beschäftigen. Dabei gibt es Themen, die in der Wirtschaftswelt dauerhaft präsent sind, wie Flächen- und Leerstandsmanagement oder Wissens- und Technologietransfer. Aufgrund des engen Austauschs mit Unternehmer:innen reagiert die Abteilung Wirtschaftsförderung zudem auf aktuelle Themen und bietet (Informations-)Veranstaltungen an oder gestaltet andere Unterstützungsangebote. Beispielsweise wurden während der Corona-Pandemie Webinarreihen zu unterschiedlichen Themen initiiert und seitdem mehr als 60 Webinare mit über 2.800 Teilnehmenden angeboten. Ein wichtiger Baustein der Abteilung Wirtschaftsförderung ist die (branchenübergreifende) Netzwerkarbeit von Unternehmer:innen untereinander, mit wichtigen Akteur:innen am Standort, mit Nachwuchskräften und Gründer:innen. Einige ihrer Angebote organisiert und setzt die Abteilung Wirtschaftsförderung in Kooperation mit Partner:innen um, wie z. B. mit dem Gutenberg Digital Hub e. V.

Um den Wirtschaftsstandort Mainz noch wettbewerbsfähiger zu machen, ist ein Ausbau der Unternehmensbetreuung zu einem regelrechten „Key-Account-Management“ erforderlich, wie es in vergleichbar großen Kommunen aus guten Gründen üblich ist. Das bedeutet, nicht nur auf konkrete Bedarfe und Anfragen von Unternehmen zu reagieren, sondern diese durch eine aktive Unternehmensbetreuung laufend zu ermitteln – im Idealfall, bevor mögliche Probleme entstehen können. So kommen schneller passgenaue und zeitgemäße Unterstützungsleistungen zustande. Diese wichtige Arbeit ist mit den aktuellen Ressourcen nur in sehr geringem Umfang möglich.

Die Aufgaben der Abteilung Wirtschaftsförderung auf einen Blick:

Unternehmensberatung	Unternehmensbetreuung
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erstberatung</li> <li>• Überblicksberatung</li> <li>• Verweisberatung</li> <li>• „Lotsin“ in der Verwaltung</li> </ul> <p>Unterstützung bei:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Digitaler Transformation</li> <li>• Nachfolge</li> <li>• Fördermitteln</li> <li>• Expansion und Investitionen</li> <li>• mainzDIGITAL: Handlungsfeldkoordination „Wirtschaft, Innovation und Kooperation“</li> <li>• etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (Informations-)Veranstaltungen und Messen</li> <li>• Aufbau von Synergien und Netzwerken</li> <li>• Unternehmensbesuche</li> <li>• Unternehmensbefragungen</li> <li>• Unterstützung bei Krisen und Herausforderungen</li> <li>• Newsletter</li> </ul> <p>Unterstützung bei:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wissens- und Technologietransfer</li> <li>• Arbeitskräftemangel</li> </ul> <p>Außerdem:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Flächen- und Leerstandsmanagement</li> </ul>

## Partner:innen in diesem Handlungsfeld

Die Abteilung Wirtschaftsförderung arbeitet in diesem Handlungsfeld mit mehreren wichtigen Partner:innen zusammen. Die wichtigsten sind die beiden Wirtschaftskammern: die Handwerkskammer Rheinhessen und die Industrie- und Handelskammer für Rheinhessen. Sie beraten ihre Mitglieder im gesamten Kammerbezirk Rheinhessen umfassend zu allen Fragen des unternehmerischen Alltags und bieten vertiefende Beratung beispielsweise zu Rechts- und Steuerfragen oder Unternehmensbewertungen, zu Förderprogrammen und Businessplänen an. Bei diesen Themen sind die Expertise und die Nähe zur Praxis gefordert, die die Kammern aus ihrer täglichen Arbeit mit Unternehmen mitbringen.

Die biomindz Standortentwicklungsgesellschaft Mainz mbH deckt solche Kompetenzen zusätzlich im Bereich Life-Science und Biotechnologie ab.

Ebenfalls beratend in diesem Handlungsfeld tätig ist das Amt für Stadtfor- schung und nachhaltige Stadtentwicklung (Amt 12). Ein Beispiel für das Bera- tungsangebot des Amtes 12 ist das betriebliche Umweltberatungsprogramm „Ökoprofit“.

Wichtige Partner:innen bei der Betreuung von Unternehmen in der Innenstadt sind außerdem der Mainz City Management e. V. und die Grundstücksverwal- tungsgesellschaft der Stadt Mainz.

Zur optimalen Koordination möchten die Partner:innen in diesem wie auch in den anderen Handlungsfeldern zukünftig eine verbindliche Zusammenarbeit etablieren. Das „Netzwerk Wirtschaftsförderung“ soll von der Abteilung Wirt- schaftsförderung koordiniert werden, damit eine enge Kooperation auf Augenhöhe möglich ist (vgl. Kap 6.1). Im hier beschriebenen Handlungsfeld ist es wichtig, das umfangreiche Angebot aller wirtschaftsfördernden Akteur:innen für Unternehmen sichtbar zu machen – auch durch gemeinsame Veranstaltun- gen zu Schwerpunktthemen.

## **4.2 Gründungen**

Was kann die Wirtschaftsförderung in Mainz tun, um den Standort noch attrak- tiver für Gründer:innen zu machen? Im Handlungsfeld „Gründungen“ geht es neben der Beratung von Gründungsinteressierten vor allem um die Förderung eines gründungsfreundlichen Klimas am Wirtschaftsstandort Mainz sowie um die Stärkung eines attraktiven Ökosystems für Gründer:innen.



## Ziele im Handlungsfeld „Gründungen“:

1. Mainz bietet optimale Rahmenbedingungen und Angebote für erfolgreiche Gründungen.
2. Mainz ist ein regional führender Existenzgründungsstandort mit einem stabilen Ökosystem.
3. Gründungsinteressierte sind gut informiert und werden individuell, kompetent und schnell betreut.

## Aufgaben der Abteilung Wirtschaftsförderung

Im Handlungsfeld „Gründungen“ fokussiert sich die Abteilung Wirtschaftsförderung darauf, Unternehmensgründungen am Wirtschaftsstandort Mainz zu unterstützen. Sie gibt einen ersten Überblick über den Gründungsprozess und die zuständigen Ansprechpartner:innen innerhalb der Stadtverwaltung (z. B. Finanzverwaltung für Gewerbeanmeldung, Ordnungsamt, Bauamt etc.) sowie über die relevanten Anlaufstellen, wie Kammern, Banken, Vereine und Coworking-Spaces. Meist handelt es sich um eine Erst- und Verweisberatung.

Zum Service der Abteilung Wirtschaftsförderung für Existenzgründer:innen gehören Unterstützungsleistungen wie die Suche nach geeigneten Räumlichkeiten und Flächen. Darüber hinaus bekommen sie Hilfe bei Anliegen an die Verwaltung und eine Betreuung bei der Überwindung von bürokratischen Hürden.

Auch die Vernetzung mit Mainzer Wirtschaftsakteur:innen, mit anderen Gründer:innen und Unternehmer:innen ist wichtiger Teil der Arbeit der Abteilung Wirtschaftsförderung. Ein wichtiges Mittel ist dabei die Organisation von Veranstaltungsformaten, wobei die Abteilung Wirtschaftsförderung oftmals auf Kooperationen mit Partner:innen setzt.

Eine weitere Aufgabe besteht darin, den Gründungsstandort Mainz gezielt zu bewerben und zu kommunizieren. Hierbei geht es insbesondere um die Repräsentation des Mainzer Gründungs-Ökosystems und die Ansprache von potenziellen Gründer:innen.

Die Aufgaben der Abteilung Wirtschaftsförderung auf einen Blick:

<b>Beratung</b>	<b>Betreuung</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Erstberatung von Gründer:innen und Startups nach Bedarf</li><li>• Überblicksberatung</li><li>• Verweisberatung</li><li>• „Lotsin“ in der Verwaltung</li><li>• Hinweis auf Fördermittel und finanzielle Unterstützung</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Betreuung von Gründer:innen/Startups</li><li>• Betreuung von RLP-Stipendien</li><li>• Unterstützung bei der Suche nach Flächen/Räumen/Coworking-Spaces</li><li>• Startup- und Gründernetzwerke</li><li>• Koordination des Gründungs-Ökosystems</li><li>• Veranstaltungen (z. B. Mainzer Gründergrillen, Gründungswoche)</li></ul>

## Partner:innen in diesem Handlungsfeld

Im Handlungsfeld „Gründungen“ haben die Industrie- und Handelskammer für Rheinhessen und die Handwerkskammer Rheinhessen durch die Starterzentren RLP eine hervorgehobene Rolle inne: Die Kammern verfügen über branchenspezifische Expert:innen und können somit eine individuelle und vertiefte Beratung zu spezifischen Themen (u. a. auch hier Rechts- und Steuerfragen) gewährleisten, Gründer:innen betreuen sowie Netzwerke aufbauen und pflegen.

Die Grundstücksverwaltungsgesellschaft mit ihrer Tochter TechnologieZentrum Mainz GmbH sowie die biomindz Standortentwicklungsgesellschaft Mainz mbH decken solche Kompetenzen zusätzlich im Bereich Life-Science und Biotechnologie ab. Der Gründungsservice der Hochschule Mainz, das Gründungs-

büro der Universitätsmedizin Mainz sowie das Startup Center der Johannes Gutenberg-Universität (JGU) informieren gründungsinteressierte Studierende, Mitarbeiter:innen und Alumnae bzw. Alumni und begleiten diese auf dem Weg in die Selbständigkeit. Auch die Coworking-Spaces und verschiedene andere Institutionen und Initiativen (wie Eule e. V. oder die Wirtschaftsunioren Mainz (Rheinessen) e. V.) beschäftigen sich mit diversen Gründungsthemen und stärken das Mainzer Gründungsökosystem und seine Unterstützungsangebote.

Im Zusammenspiel mit der Abteilung Wirtschaftsförderung ergibt sich daraus eine vielschichtige, bedarfsgerechte Beratungs- und Betreuungsstruktur für Startups und Gründer:innen in Mainz. Aufgabe der Abteilung Wirtschaftsförderung Mainz ist hierbei vor allem, standortspezifisch zu beraten und so die Unterstützung der Partner:innen zu ergänzen. Eine vitale Startup- und Gründerszene stärkt den Wirtschaftsstandort Mainz und hat daher hohe Priorität für die Abteilung Wirtschaftsförderung. Auch für die erfolgreiche Arbeit im Handlungsfeld „Gründungen“ ist es deshalb wichtig, dass alle Partner:innen sich zukünftig in einem verbindlichen „Netzwerk Wirtschaftsförderung“ koordinieren, ihre Angebote miteinander abstimmen und an die aktuellen Bedarfe anpassen. Erfolgreiches Beispiel für die bislang gute Zusammenarbeit beim Thema Gründungen ist die gemeinsam von IHK, Investitionsbank Rheinland-Pfalz und Wirtschaftsförderung organisierte „Mainzer Gründungswoche“, mit mehr als 30 Veranstaltungen (2023) und mehr als 20 Partner:innen (2023) aus dem Gründungsnetzwerk.

## 4.3 Standortentwicklung und digitale Infrastruktur

Wie können sich Strukturen des Wirtschaftsstandortes Mainz erfolgreich weiterentwickeln? Im Handlungsfeld „Standortentwicklung und digitale Infrastruktur“ geht es darum, alle Einflussmöglichkeiten zu nutzen, um eine wettbewerbsfähige und nachhaltige Entwicklung in die Zukunft zu verfolgen. So sollen attraktive Strukturen, insbesondere harte Standortfaktoren, für eine erfolgreiche Wirtschaft in der Landeshauptstadt geschaffen werden.

Ziele im Handlungsfeld „Standortentwicklung und digitale Infrastruktur“:

1. Mainz verfügt über gute infrastrukturelle Rahmenbedingungen zum Leben und Arbeiten – und für den wirtschaftlichen Erfolg seiner Unternehmen.
2. Mainz bietet Smart-City-Lösungen, die den Bedarf Mainzer Unternehmen decken.
3. High-Speed-Internet ist flächendeckend verfügbar.

### Aufgaben der Abteilung Wirtschaftsförderung

Die Abteilung Wirtschaftsförderung bemüht sich in diesem Handlungsfeld um gute Rahmenbedingungen für unternehmerische Tätigkeiten. Dabei müssen einige harte Standortfaktoren attraktiver gestaltet werden, um Unternehmen langfristig für den Standort zu gewinnen und in Mainz zu halten. In den Einflussbereich der Abteilung Wirtschaftsförderung fällt hier insbesondere der flächendeckende Glasfaser- und Mobilfunkausbau sowie der Ausbau des öffentlichen WLAN.

Um die Leistungs- und Serviceangebote der Abteilung Wirtschaftsförderung auf die Bedürfnisse von Unternehmen auszurichten, ist ein kontinuierliches Mo-

monitoring nötig. Daten über Unternehmen und den Standort Mainz werden regelmäßig erhoben. So können Entwicklungstrends frühzeitig erkannt und rechtzeitig Maßnahmen ergriffen werden.

Durch das Standortmonitoring und den ständigen Austausch mit Unternehmer:innen werden auch andere Standortfaktoren (wie bspw. ÖPNV-Anbindungen, Auszubildendenwohnheime) thematisiert, die von der Abteilung Wirtschaftsförderung nicht direkt bearbeitet werden können. An diesen Stellen ist die Abteilung Wirtschaftsförderung Schnittstelle zu anderen städtischen Akteur:innen. Meldungen, Probleme oder Ideen werden an Fachabteilungen weitergeleitet oder der gemeinsame Austausch mit allen Betroffenen angestrebt.

Die Aufgaben der Wirtschafts- und Strukturförderung im Themenfeld „Digitale Infrastruktur“ sind eng an die mainzDIGITAL-Strategie der Stadt angebunden.

Die Aufgaben der Abteilung Wirtschaftsförderung auf einen Blick:

<b>Digitale Infrastruktur</b>	<b>Unterstützung</b>	<b>Standortmonitoring</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• mainzDIGITAL: Mitwirken beim Handlungsfeld „Intelligente Infrastruktur“               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Glasfaserausbau</li> <li>○ Mobilfunkausbau</li> <li>○ WLAN-Ausbau</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mittlerin in- und außerhalb der Verwaltung, z. B. bei verkehrsrelevanten Themen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erhebung und Analyse von Standortdaten</li> <li>• Erhebung und Analyse von Unternehmensdaten und Unternehmenszufriedenheit</li> </ul>

## Partner:innen in diesem Handlungsfeld

Wichtige Partner:innen der Abteilung Wirtschaftsförderung bei der Erhebung von Infrastrukturdaten und der Projektumsetzung sind das Amt für Stadtforschung und nachhaltige Stadtentwicklung (Amt 12) und das Stadtplanungsamt.

Begleitend dazu unterstützt die biomindz Standortentwicklungsgesellschaft Mainz mbH die Stadt im Handlungsfeld „Standortentwicklung und digitale Infrastruktur“ und ist maßgeblich an dem Aufbau des innovativen Life-Science-Campus beteiligt.

Auch die Grundstücksverwaltungsgesellschaft der Stadt Mainz beteiligt sich durch Konversions- und Treuhandprojekte an der Förderung einer nachhaltigen Stadtentwicklung.

#### **4.4 Cluster und Netzwerke**

Wie können bestehende Cluster und Netzwerke gefördert werden, und welche können den Wirtschaftsstandort Mainz besonders stärken und „nach vorne“ bringen? Im Handlungsfeld „Cluster und Netzwerke“ geht es um die Identifizierung sinnvoller Synergien und Kooperationen sowie die Weiterentwicklung des Standortes Mainz mit Blick auf Innovation, Attraktivität und Wettbewerbsvorteile.

Ziele im Handlungsfeld „Cluster und Netzwerke“:

1. Ein hohes Maß an Kooperation und Kollaboration der Akteur:innen durch gezielte Cluster- und Netzwerkarbeit fördert Innovationen.
2. Es gibt eine hohe Innovationsfreundlichkeit und höhere Wertschöpfung am Standort Mainz.
3. Mainz wird als Clusterstandort in seinen Schwerpunktbranchen wahrgenommen.

## Aufgaben der Abteilung Wirtschaftsförderung

Im Handlungsfeld „Cluster und Netzwerke“ fokussiert sich die Abteilung Wirtschaftsförderung auf die Steuerung und Betreuung unterschiedlicher Unternehmensnetzwerke und Initiativen. Sie bringt Unternehmen miteinander in den Austausch und vernetzt Gründer:innen mit Mainzer Bestandsunternehmen und Institutionen.

Zusätzlich zu dem wichtigen Austausch untereinander werden dadurch auch Plattformen für Innovationen und Wissenstransfer geboten. Besonders durch die Verbindung von erfahrenen mit jungen Mainzer Unternehmen werden kreative neue Ideen gefördert. Weiterhin ist es erforderlich, eine kontinuierliche Zusammenarbeit zwischen den unternehmerischen und den wirtschaftsfördernden Akteur:innen am Standort zu pflegen, um Zukunftsthemen gemeinsam zu entwickeln sowie zu stärken und somit wettbewerbsstark als Standort aufzutreten.

In diesem Handlungsfeld ist „Nachhaltigkeit“ ein wichtiges Querschnittsthema. Die Abteilung Wirtschaftsförderung schafft hierzu Kooperationen, organisiert Treffen und Veranstaltungen. Dabei bringt sie Themen auf den Tisch, die gegenwärtig und zukünftig wichtig sind. Nur so können Innovationspotenziale erkannt und genutzt werden, um die Wirtschaft in Mainz zukunftsstark und wettbewerbsfähig zu machen.

Durch gezielte Förderung von Wirtschaftsclustern kann es einem Standort gelingen, eine höhere Wertschöpfung (und Steuerkraft) zu realisieren. Dazu tragen Netzwerkeffekte innerhalb der Wertschöpfungsketten bei. In den Forschungsergebnissen (vgl. Kap 3) zeigen sich vor allem Medien- und Kreativwirtschaft als starkes Cluster, bei Biotechnologie und Life-Science kann die Techno-

logieZentrum Mainz GmbH mit Unterstützung der biomindz Standortentwicklungsgesellschaft Mainz mbH (nicht nur mit BioNTech SE) auf einer guten Grundlage aufbauen. Die Abteilung Wirtschaftsförderung muss diese Cluster im Rahmen des Standortmonitorings beobachten und versuchen, sie durch gezielte Maßnahmen und Ansiedlungen zu fördern. Die Abteilung Wirtschaftsförderung sorgt dafür, dass sich dabei keine Abhängigkeit von ökonomischen „Monokulturen“ einstellt. Die breite Aufstellung der Mainzer Wirtschaft und die Stärkung des Mittelstands beugen dem vor und stehen somit im Fokus der Abteilung Wirtschaftsförderung.

Die Aufgaben der Abteilung Wirtschaftsförderung auf einen Blick:

<b>Netzwerkarbeit</b>	<b>Gremienarbeit, Unterstützung von Institutionen und Zusammenschlüssen</b>	<b>Clusterbildung und -unterstützung</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Technologietransfer zur Förderung von Innovationsnetzwerken</li> <li>• Startup- und Gründernetzwerke</li> <li>• Kooperationen zwischen Bestandsunternehmen und Gründungen</li> <li>• Unternehmensnetzwerke im Bereich Nachhaltigkeit</li> <li>• Branchennetzwerke</li> <li>• mainzDIGITAL: Handlungsfeldkoordination „Wirtschaft, Innovation und Kooperation“</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gremienarbeit</li> <li>• Schnittstelle Wirtschaft, Verwaltung und Politik</li> <li>• IT Klub Mainz und Rheinhessen e. V.: Vorstand und Geschäftsstelle</li> <li>• Gutenberg Digital Hub e. V.: Kernteam</li> <li>• Beirat im Mainz City Management e. V.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schwerpunktbranchen identifizieren und beobachten</li> <li>• Cluster fördern und ausbauen</li> </ul>



## Partner:innen in diesem Handlungsfeld

Die Partner:innen der Abteilung Wirtschaftsförderung sind die Industrie- und Handelskammer für Rheinhessen, die Handwerkskammer Rheinhessen, die mainzplus CITYMARKETING GmbH, die biomindz Standortentwicklungsgesellschaft Mainz mbH, das Mainz City Management e. V. und das TechnologieZentrum Mainz GmbH.

Alle beteiligten Akteur:innen sind jeweils in unterschiedlichen Netzwerken aktiv. Um daraus Synergien für die unternehmerische Praxis zu bilden, müssen die wirtschaftsfördernden Akteur:innen ihre vorhandenen Angebote, Cluster und Netzwerke stets untereinander teilen, kommunizieren und füreinander zugänglich machen. Gerade in den branchenübergreifenden Netzwerken liegen große Potenziale für Innovation und Weiterentwicklung. Gleichmaßen verhält es sich mit (über)regionalen Netzwerken. Der stetige Austausch zu Themen wie Technologietransfer und Nachhaltigkeit über die Stadtgrenzen hinweg ist Aufgabe der wirtschaftsfördernden Akteur:innen.

## **4.5 Innenstadtentwicklung**

Wie kann die Mainzer Innenstadt sich zum Erlebnis- und Wohlfühlraum entwickeln, um die Landeshauptstadt als attraktiven Lebens- und Arbeitsort zu stärken? Die Mainzer Innenstadt trägt in erheblichem Maße zur Attraktivität des Wirtschaftsstandortes Mainz bei. Denn für viele Arbeitnehmer:innen spielt die Lebensqualität eine entscheidende Rolle für die Wahl des Wohn- und somit Arbeitsstandortes. Somit ist die „Innenstadt“ ein besonderer und wichtiger, wenn auch indirekter Bestandteil für die Wahl von Unternehmensstandorten und als separates Handlungsfeld zu beleuchten. Hier spielen im Gegensatz zu den anderen Handlungsfeldern vorwiegend weiche Faktoren eine Rolle. So widmet

sich das Handlungsfeld „Innenstadtentwicklung“ der Verbesserung der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt und der Förderung eines lebendigen und attraktiven Lebens- und Arbeitsumfeldes.

## Ziele im Handlungsfeld „Innenstadtentwicklung“:

1. Die Mainzer Innenstadt bleibt lebendig und die Attraktivität in Hinblick auf Arbeiten, Erleben und Einkaufen ist hoch.
2. Mainz wird als multifunktionaler Erlebnisraum wahrgenommen, mit hoher Aufenthaltsqualität und Anziehungskraft.
3. Die Mainzer Innenstadt bleibt frequentiert, der Einzelhandel zeigt sich insgesamt resilient und Leerstände werden durch erfolgreiches Leerstandsmanagement minimiert.

## Aufgaben der Abteilung Wirtschaftsförderung

In der Mainzer Innenstadt treffen viele verschiedene Funktionen und Themen aufeinander: Handel, Gastronomie, Kultur und Tourismus – aber auch Sicherheit, Sauberkeit und Ordnung. Im Handlungsfeld „Innenstadtentwicklung“ fokussiert sich die Abteilung Wirtschaftsförderung auf die Verbesserung der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt unter Berücksichtigung der zahlreichen Stakeholder:innen – wie Einzelhandel, Eigentümer:innen, Gastronomie, Kulturschaffende und viele mehr. Sie kümmert sich um die übergeordnete konzeptionelle Innenstadtentwicklung.

Dazu koordiniert und unterstützt die Abteilung Wirtschaftsförderung die Entwicklung und Umsetzung passender Maßnahmen und Aktionen zur Innenstadtattraktivierung und beteiligt sich an verschiedenen Angeboten zur Unterstützung für Unternehmen in der Mainzer Innenstadt, die besonders unter den Folgen der Corona-Pandemie zu leiden hatten. Die Abteilung Wirtschaftsförderung

erstellt ein jährliches Innenstadtmonitoring und behält dadurch Trends und Zukunftsthemen im Blick und denkt so die Mainzer Innenstadt im Sinne einer „Innenstadt der Zukunft“. Um dauerhaft attraktiv zu sein, muss die Mainzer Innenstadt der Zukunft eine multifunktionale Nutzung ermöglichen – zum Leben, Arbeiten, Studieren, Lernen, Feiern und Genießen.

Die Aufgaben der Abteilung Wirtschaftsförderung auf einen Blick:

<b>Brücke in die Verwaltung bei Innenstadtthemen</b>	<b>Aktive Innenstadtentwicklung</b>	<b>Datenerhebung und konzeptionelle Arbeit</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sicherheit gewährleisten (allgemein und im Verkehr)</li> <li>• Aufenthaltsqualität verbessern</li> <li>• „Innenstadt der Zukunft“ mit multifunktionaler Nutzung vorantreiben</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Betreuung von Einzelhandel, Gastro, Dienstleistungen</li> <li>• Unterstützung nach Corona</li> <li>• Leerstandsmanagement</li> <li>• Tourismusförderung</li> <li>• Kulturwirtschaftsförderung</li> <li>• Fördermittelberatung</li> <li>• Beantragung von Fördermitteln für Innenstadtentwicklung und anschließende Betreuung bzw. Durchführung der Projekte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Innenstadtmonitoring</li> <li>• Trends und Zukunftsthemen</li> <li>• Unterstützung bei Masterplänen</li> </ul>

## Partner:innen in diesem Handlungsfeld

Die Vielfalt der Innenstadtakteur:innen spiegelt sich auch in einer Vielfalt der Beteiligten in diesem Handlungsfeld wider. Gemeinsam mit dem Amt für Stadtforschung und nachhaltige Stadtentwicklung (Amt 12), dem Mainz City Management e. V. und der mainzplus CITYMARKETING GmbH bearbeitet die Abteilung Wirtschaftsförderung zahlreiche Aufgaben. Darunter fallen unter anderem die Kulturwirtschafts- und Tourismusförderung, ein aktives Leerstandsmanagement in der Mainzer Innenstadt sowie die Bestandspflege des Einzelhandels,

der Gastronomie und der Dienstleistungsunternehmen, die in der Innenstadt ansässig sind.

Für eine bedarfsorientierte Innenstadtentwicklung muss erhoben werden, was die Nutzer:innen der Mainzer Innenstadt anzieht, was sie an die Innenstadt bindet, was ihnen in der Innenstadt fehlt und was ihnen zukünftig wichtig ist. Dafür braucht es Daten und Fakten. Es ist vorgesehen, dass das Amt für Stadtfor- schung und nachhaltige Stadtentwicklung (Amt 12) solche Daten regelmäßig erhebt.

Wichtige Expert:innen für die Mainzer Innenstadt sind auch das Mainz City Ma- nagement e. V., die mainzplus CITYMARKETING GmbH und die Industrie und Handelskammer für Rheinhessen. Alle drei beschäftigen sich mit der kreativen und aktiven Innenstadtgestaltung und initiieren – teilweise gemeinsam mit der Wirtschaftsförderung – Veranstaltungen.

Wichtige Hinweise für die zukünftige Gestaltung der Mainzer Innenstadt wur- den in der Workshopreihe „Mainzer Dialoge“ im Jahr 2022 durch Innenstadttak- teur:innen und Bürger:innen gegeben. Diese dienen ebenfalls als Grundlage für das aktuelle und zukünftige Handeln von Verwaltung und Innenstadttakteur:in- nen.

Durch einen engen Kontakt mit ihren Partner:innen ist die Abteilung Wirt- schaftsförderung stets über die aktuelle Situation in der Mainzer Innenstadt in- formiert und kann entsprechende Initiativen und Unterstützungsangebote ent- wickeln und vorantreiben.

## 4.6 Standortmarketing

Wofür steht der Wirtschaftsstandort Mainz und wie positioniert er sich nach innen und außen? Im Handlungsfeld „Standortmarketing“ geht es darum, die Vorteile des Wirtschaftsstandortes herauszuarbeiten und wirksam an die Zielgruppen zu kommunizieren. Alle Tätigkeiten im Handlungsfeld „Standortmarketing“ zahlen dabei auf das Konto der Wirtschaftsstandortmarke ein.

Der Standortwettbewerb um Unternehmen, Arbeitskräfte, Tourist:innen und Neubürger:innen wird intensiver und komplexer. Standortkonkurrenz ist die Konkurrenz um Wohlstand in der Zukunft – das gilt global, national, aber auch regional im Rhein-Main-Gebiet. Es geht dabei auch ums „Image“, aber nicht aus emotionalen, sondern aus handfesten Gründen: Nur attraktive Standorte ziehen Menschen an und wachsen. Nur die Gewissheit, die benötigten Arbeitnehmer:innen auch zu finden, lässt Unternehmen in einen Standort investieren – und nur attraktive Standorte ziehen auch Tourist:innen an.

Derzeit existiert für den Wirtschaftsstandort Mainz keine einheitliche Kommunikationsstrategie. Es ist wichtig, die zahlreichen Zielgruppen unter einer einheitlichen Dachmarke, aber dennoch passgenau und individuell anzusprechen.

Ziele im Handlungsfeld „Standortmarketing“:

1. Mainz verfügt über ein integriertes Kommunikationskonzept, das Standortvorteile und Dienstleistungen nach innen und nach außen kommuniziert.
2. Der Bekanntheitsgrad von Mainz als Wirtschaftsstandort ist in den relevanten Zielgruppen hoch, ebenso wie die positive Wahrnehmung der Standortattraktivität.
3. Die Wirtschaftsstandortmarke Mainz zieht Unternehmen, Arbeitnehmer:innen und Besucher:innen an.

## Aufgaben der Abteilung Wirtschaftsförderung

Die Abteilung Wirtschaftsförderung muss also ihren Beitrag dazu leisten, dass die Sichtbarkeit des Standortes hoch bleibt und weiter steigt. In diesem Sinn bemüht sich die Abteilung Wirtschaftsförderung um eine starke öffentliche Wahrnehmung des Wirtschaftsstandortes. Dies gelingt ihr zum Beispiel durch die Teilnahme an verschiedenen Messen und Veranstaltungen (z. B. EXPO REAL) sowie in der Vergangenheit über eine breit angelegte, zielgruppenorientierte Standortmarketingkampagne für die Mainzer Innenstadt, gemeinsam mit der mainzplus CITYMARKETING GmbH und unterstützt von zahlreichen Partner:innen. Sie informiert Mainzer Unternehmen unter anderem über einen Newsletter, ihre Website und den Veranstaltungskalender.

Außerdem arbeitet die Abteilung Wirtschaftsförderung an der Tourismusförderung sowie der Tourismusstrategie mit (beides in Verantwortung der mainzplus CITYMARKETING GmbH) – zuletzt im Rahmen der partizipativen Erarbeitung der Tourismusstrategie für Mainz 2022–2025. Auf diese Weise hilft die Abteilung Wirtschaftsförderung auch dabei, die Attraktivität und die Wahrnehmung der Landeshauptstadt als florierender Wirtschaftsstandort zu stärken.

Die Aufgaben der Abteilung Wirtschaftsförderung auf einen Blick:

<b>Interne Kommunikation</b>	<b>Externe Kommunikation</b>	<b>Konzeptionelle Arbeit</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Identifikation nach innen schaffen</li><li>• Interne Stakeholder:innen (u. a. Politik) informieren</li><li>• Zielgruppenansprache individualisieren</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Informieren (Newsletter, Webseiten, Veranstaltungskalender, Social Media etc.)</li><li>• Publikationen</li><li>• PR- und Pressearbeit</li><li>• Messe- und Veranstaltungsauftritte (z. B. EXPO REAL)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mitarbeit bei der Tourismusförderung und -strategie</li><li>• Wirtschaftsstandortmarke mitentwickeln</li></ul>

- Kampagnen (z. B. „Handel und Gastro“ (2020), „Einkaufen in Mainz“ (2020), „Mainz mach(t) mit“ (2021) und „Mainz – mit Euch lebt's“ (2022/2023))

## Partner:innen in diesem Handlungsfeld

Partner:innen der Abteilung Wirtschaftsförderung sind die biomindz Standortentwicklungsgesellschaft Mainz mbH, das Mainz City Management e. V., die Industrie- und Handelskammer für Rheinhessen, die mainzplus CITYMARKETING GmbH sowie das Rheinhessen Standort Marketing GmbH und das Amt für Stadtforschung und nachhaltige Stadtentwicklung (Amt 12). Alle arbeiten daran, den Standort nach außen positiv zu vertreten und zu vermarkten.

Eine besondere Rolle nimmt in diesem Handlungsfeld die mainzplus CITYMARKETING GmbH ein. Zu Ihren Aufgabenbereichen gehören Kulturangebot, Kulturmarketing und -förderung genauso wie das Bereitstellen von öffentlichem Raum für Messen, Tagungen oder Kongresse. Außerdem organisiert die mainzplus CITYMARKETING GmbH Veranstaltungen in der Stadt, die dazu beitragen, dass Menschen nach Mainz und in die Innenstadt kommen. Darüber hinaus soll die notwendige Entwicklung einer Wirtschaftsstandortmarke Mainz maßgeblich die mainzplus CITYMARKETING GmbH vorantreiben. Hierbei müssen alle Beteiligten an einem Strang ziehen und weitere Akteur:innen als die oben genannten Partner:innen mitgenommen werden.

Das Tourismusmarketing, zu dem die Tourismusförderung und die Tourismusstrategie gehören, ist ebenfalls eine Aufgabe, die vor allem von der mainz-

plus CITYMARKETING GmbH übernommen wird. Die Abteilung Wirtschaftsförderung unterstützt sie dabei. Eingebunden ist unter anderem auch der Tourismusfonds Mainz e. V., der die wesentlichen Stakeholder:innen aus Hotellerie, Gastronomie, Einzelhandel und verwandten Branchen vereint.

## **4.7 Investor:innen und Ansiedlung**

Wie gelingt es Mainz, Investitionen und Ansiedlungen anzuziehen? Noch dazu unter der Nebenbedingung knapper Flächen? Im Handlungsfeld „Investor:innen und Ansiedlung“ geht es darum, den Wirtschaftsstandort Mainz nachhaltig zu entwickeln. Dies gelingt über hochwertige Investitionen und über die Ansiedlungen von ausgewählten Unternehmen.

Ziele im Handlungsfeld „Investor:innen und Ansiedlung“:

1. Mainz realisiert weiter Wachstum durch qualitativ hochwertige und nachhaltige Investitionen und Ansiedlungen.
2. Ansiedlungsinteressierte Unternehmen bekommen eine bedarfsgerechte Unterstützung (individuell, schnell, kompetent) während des gesamten Ansiedlungsprozesses und sind damit zufrieden.
3. Mainz ist überregional als attraktiver Unternehmensstandort bei potenziellen Ansiedlungsinteressierten bekannt.

### Aufgaben der Abteilung Wirtschaftsförderung

Der Wirtschaftsstandort Mainz lebt von erfolgreichen Unternehmen. Dazu zählen die vielen Unternehmen im Bestand, aber auch solche, die sich zukünftig in Mainz ansiedeln möchten. Ein Wirtschaftsstandort wächst durch kluge Investitionen seiner Unternehmen.

Aufgabe der Abteilung Wirtschaftsförderung ist es daher, eine (inter)nationale Akquise-Strategie zu verfolgen und gleichzeitig den Kontakt zu bestehenden



und potenziellen Investor:innen zu pflegen. Die Abteilung Wirtschaftsförderung ist oftmals die erste Anlaufstelle in Mainz für ansiedlungswillige Unternehmen.

Die Ansiedlung von Unternehmen erfordert eine übergeordnete Konzept- und Clusterentwicklung, ein nachhaltiges Flächenmanagement und eine effektive Integration in die bestehende Unternehmensstruktur. Die Abteilung Wirtschaftsförderung muss, um passende, interessante Unternehmen anzusiedeln und zur Pflege des Unternehmensbestandes ein strategisches Key-Account-Management etablieren, das die Bedarfe Mainzer Unternehmen noch stärker erfasst und befriedigt. Hierfür ist ein strategisches Ansiedlungskonzept notwendig, das kontinuierlich weiterentwickelt wird.

Die Aufgaben der Abteilung Wirtschaftsförderung auf einen Blick:

<b>Beratung und Betreuung</b>	<b>Information und Ansprache</b>	<b>Strategie</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Key-Account-Management von Investor:innen</li> <li>• One-Stop-Service-Stelle: Anlaufstelle in Mainz für ansiedlungswillige Unternehmen, Betreuung von ansiedlungswilligen Unternehmen auf dem gesamten Weg</li> <li>• „Lotsin“ in der Verwaltung und Herstellung von Kontakten zu Partnerinstitutionen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bereitstellung von Informationen zu Fördermitteln</li> <li>• Aktive Akquise von Unternehmen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzept- und Clusterentwicklung</li> </ul>

## Partner:innen in diesem Handlungsfeld

Partner:innen der Abteilung Wirtschaftsförderung im Handlungsfeld „Investor:innen und Ansiedlung“ sind vor allem die Grundstücksverwaltungsgesellschaft der Stadt Mainz mbH und die Investitions- und Strukturbank Rheinland-Pfalz. Für das Themenfeld Biotechnologie kommt die biomindz Standortentwicklungsgesellschaft Mainz mbH hinzu. Und auch das Amt 12 leistet durch fortlaufende Untersuchungen der Gewerbeflächenpotenziale und ein aktives Gewerbeflächenmanagement Unterstützung.

Die Grundstücksverwaltungsgesellschaft der Stadt Mainz mbH hilft Unternehmer:innen bei der bedarfsspezifischen Flächensuche. Dafür kann sie nur den eigenen Bestand heranziehen. Relevante Akteur:innen in diesem Handlungsfeld sind deshalb auch die Abteilung Liegenschaften und Gebäudeverwaltung des Amtes für Wirtschaft und Liegenschaften, das Amt für Stadtforschung und nachhaltige Stadtentwicklung und Makler:innen.

Gemeinsam mit ihren Partner:innen betreut und berät die Mainzer Wirtschaftsförderung interessierte Unternehmen auf dem „kompletten Weg“ der Ansiedlung. Nach der Vorab-Beratung betreut die Wirtschaftsförderung alle Unternehmen, die sich für eine Ansiedlung in Mainz entschieden haben (Verbindungen zum Handlungsfeld „Unternehmensservices und Bestandspflege“), weiter.

Mit ihrer fachlichen Spezifizierung trägt die biomindz Standortentwicklungsgesellschaft Mainz mbH maßgeblich zur Entwicklung des Life-Science- und des Biotechnologiesektors bei. Die Standortentwicklungsgesellschaft fördert daher insbesondere Investitionen und Ansiedlungen von entsprechenden Unternehmen in Mainz.

## 4.8 Menschen und Kompetenzen

Wie kann die Landeshauptstadt Mainz benötigte Arbeitskräfte und Auszubildende für ihre Unternehmen halten und gewinnen? Im Handlungsfeld „Menschen und Kompetenzen“ geht es darum, Arbeitnehmer:innen an die Landeshauptstadt Mainz zu binden und diese als attraktiven Standort zum Leben und Arbeiten zu stärken. Die große Mehrheit der Mainzer Unternehmen kämpft um die gleichen, oft hochqualifizierten Arbeitskräfte. Umso wichtiger ist es, dass der gesamte Standort und seine Unternehmen (als Arbeitgeber:innen) in den Zielgruppen als attraktiv wahrgenommen werden. Um dies zu erreichen, sind eine aktive Kommunikation sowie ein breites Angebot an Unterstützungsleistungen notwendig.

Ziele im Handlungsfeld „Menschen und Kompetenzen“:

1. Mainz ist bekannt als Standort attraktiver Arbeitgeber:innen.
2. Ausbildungswillige Talente, Arbeits- und Fachkräfte (auch aus dem Ausland) entscheiden sich bevorzugt für den Standort Mainz.
3. Mainz bietet funktionierende Integrationsangebote für ausländische Fachkräfte.

### Aufgaben der Abteilung Wirtschaftsförderung

Die Abteilung Wirtschaftsförderung fokussiert sich im Handlungsfeld „Menschen und Kompetenzen“ auf zwei Gruppen von Arbeitnehmer:innen: Zum einen müssen diejenigen, die noch nicht in Mainz leben oder arbeiten, auf den Wirtschafts- und Lebensstandort Mainz aufmerksam werden. Zum anderen ist es wichtig, auch Arbeitnehmer:innen (und Hochschulabsolvent:innen sowie Auszubildende) an Mainz zu binden. Beide Zielgruppen brauchen Anreize. Dazu zählen attraktive Arbeitsbedingungen und wirksame Integrationsangebote für den Mainzer Arbeitsmarkt (u. a. „Frauen und Wirtschaft“), aber auch soziale und kulturelle Integrationsangebote für ausländische Arbeitnehmer:innen.

Darüber hinaus priorisiert die Abteilung Wirtschaftsförderung die Ansprache von Arbeitnehmer:innen und Hochschulabsolvent:innen, die bereits in der Landeshauptstadt ausgebildet wurden. Mainzer Kompetenzen sollen nach Möglichkeit in Mainz bleiben.

Die Arbeitskräftesicherung ist also eine weitere zentrale Aufgabe der Abteilung Wirtschaftsförderung, um Unternehmen dabei zu unterstützen, qualifizierte Arbeitnehmer:innen zu finden und zu binden. Vor allem kleine und mittlere Unternehmen tun sich hierbei häufig nicht leicht. Die Abteilung Wirtschaftsförderung bietet auf diesem Gebiet bereits Webinare und Veranstaltungen an, um Abhilfe zu schaffen. Langfristig wird empfohlen, dass sich der Wirtschaftsstandort Mainz unter dem Dach der notwendigen Wirtschaftsstandortmarke auch als Arbeitgebermarke präsentiert.

Die Aufgaben der Abteilung Wirtschaftsförderung auf einen Blick:

<b>Marketing(kooperationen)</b>	<b>Unterstützung von Arbeitgeber:innen</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Arbeitgebermarke und Fachkräftemarketing</li><li>• Marketing für den Ausbildungsstandort Mainz (z. B. durch eine Kampagne)</li><li>• Veranstaltung „Karriere in der Region“ mit Mainzer Unternehmen, der Hochschule Mainz und der JGU</li><li>• Vorbildliche Unternehmen</li><li>• Unternehmerinnen, Frauen in der Wirtschaft</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Organisation und Umsetzung der Veranstaltung „Personalgespräch“</li><li>• Vernetzung Jugend und Wirtschaft (Azubi-Magazin)</li><li>• Webinare und Veranstaltung zum Thema Arbeitgebermarke</li><li>• Trends und Zukunftsthemen</li></ul>

## Partner:innen in diesem Handlungsfeld

Wichtige Partner:innen der Abteilung Wirtschaftsförderung sind die Industrie- und Handelskammer für Rheinhessen sowie die Handwerkskammer für Rheinhessen. Sie sind mit ihren Leistungen im Ausbildungsbereich die wichtigsten Treiber:innen für die Fachkräfteversorgung von Mainzer Unternehmen. Für die Sicherung und Gewinnung von qualifizierten Arbeitnehmer:innen braucht es eine enge Verzahnung der wirtschaftsfördernden Akteur:innen in der Landeshauptstadt Mainz.

Die IHK für Rheinhessen besitzt neben ihrem „Welcome Center“ für ausländische Fachkräfte in der Region auch eine explizite Fachkräftestrategie und die Abteilung Fachkräftesicherung. Mit Projekten wie „Startup@school“ wird die ökonomische Bildung bereits im Schulalter unterstützt.

Mit Blick auf die besonderen Bedarfe der Life-Science- und der Biotechnologie-Branche dient die biomindz Standortentwicklungsgesellschaft Mainz mbH als Impulsgeberin.

Die Abteilung Wirtschaftsförderung überblickt dabei den Arbeitsmarkt aus der Unternehmensperspektive. Sie behält die Trends und Themen der Zukunft im Blick und kommuniziert diese an die jeweiligen Akteur:innen. Aus der Arbeitnehmerperspektive arbeitet die Arbeitsmarktförderung eng mit der Arbeitsagentur, Bildungsträger:innen und mit Schulen zusammen.

## 4.9 Foresight und Strategie

Wie kann der Wirtschaftsstandort Mainz auch in Zukunft erfolgreich bleiben? Um darauf zu jedem Zeitpunkt eine aktuelle Antwort geben zu können, muss die Abteilung Wirtschaftsförderung Daten sammeln und analysieren. Daraus werden Prognosen und Handlungsoptionen für den Wirtschaftsstandort Mainz abgeleitet. Denn in schnelllebigen, agilen und von Krisen geprägten Zeiten reichen gelegentliche, punktuelle Betrachtungen nicht mehr aus. Das Handlungsfeld „Foresight und Strategie“ hilft, die Zukunft des Wirtschaftsstandortes zu sichern, indem (Mega-)Trends und Zukunftsthemen beobachtet und ausgewertet sowie Lösungen vorgeschlagen und vorangetrieben werden.

### Ziele im Handlungsfeld „Foresight und Strategie“:

1. Der Wirtschaftsstandort Mainz verfügt über eine aktuelle, zukunftsgerichtete Strategie.
2. Diese Strategie beruht auf einer aktuellen, soliden Datenbasis.
3. Risiken für den Wirtschaftsstandort Mainz werden frühzeitig und vorausschauend erkannt und schnell gelöst.

### Aufgaben der Abteilung Wirtschaftsförderung

Die Abteilung Wirtschaftsförderung sammelt Daten, wertet sie aus, beobachtet Trends und wissenschaftliche Diskussionen, prüft die Auswirkungen auf den Wirtschaftsstandort Mainz und entwickelt zukunftsfähige Vorschläge. Sie nimmt in diesem Handlungsfeld auch die Rolle einer Vernetzerin und Treiberin ein. Sie setzt sich mit zukünftigen Themen, Potenzialen und Risiken auseinander und organisiert den Austausch mit den relevanten Stakeholder:innen.

Die Aufgaben der Abteilung Wirtschaftsförderung auf einen Blick:

Forschung und Datenanalyse	Strategieentwicklung	Koordination und Vernetzung
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sammlung und laufende Analyse von Standortdaten</li> <li>• Beobachtung (Mega-)Trends und Zukunftsthemen</li> <li>• Zukunftsforschung</li> <li>• Risikoforschung</li> <li>• Standortmonitoring</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Laufende Überprüfung und Anpassung der Strategie für den Wirtschaftsstandort</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Themen gemeinsam mit Partner:innen erfassen oder weiterleiten</li> <li>• Vernetzungstreffen</li> </ul>

## Partner:innen in diesem Handlungsfeld

Um diese neue Funktion abdecken zu können, muss die Abteilung Wirtschaftsförderung eng mit allen Partner:innen im „Netzwerk Wirtschaftsförderung“ zusammenarbeiten. Denn alle verfügen über wertvolle Daten, alle haben einen hohen Analysebedarf. Hinzu kommen die Hochschulen und Universitäten als wissenschaftliche Partnerinnen. Gemeinsam können Trends, aber auch kommende Herausforderungen viel besser analysiert und Antworten entwickelt werden. Wichtig ist auch, Erkenntnisse und darauf aufbauend Konzepte so aufzubereiten, dass Politik und Verwaltung wirksame Entscheidungsgrundlagen für den Wirtschaftsstandort Mainz erhalten.

## 5. Roadmap „Wirtschaftsförderung in Mainz 2030“<sup>22</sup>

Eine strategische Entwicklung des Wirtschaftsstandortes Mainz setzt voraus, dass die Landeshauptstadt auch die Handlungsfähigkeit der Abteilung Wirtschaftsförderung verbessert. Seit dem vorangegangenen Konzept „Wirtschaft in Mainz 2020+“ sind die Aufgaben größer und zahlreicher geworden. Der Stadtrat hat die Personalausstattung seit 2020 in zwei Schritten von 4,77 auf 10,5 Vollzeitäquivalente (VZÄ) erhöht. Die Abteilung selbst war in ihrem Konzept von einem Personalbedarf von 18,12 VZÄ ausgegangen.

Die bisherige Verbesserung der Personalausstattung ist spürbar und wird von den Unternehmen wahrgenommen. Sie reicht aber für die beschriebenen, weiter gewachsenen Aufgaben keinesfalls aus. Die strategische Standortentwicklung in den neun benannten Handlungsfeldern ist mit dem gegebenen Personalbestand nicht möglich, sondern würde weit unter den Möglichkeiten bleiben. Mainz profitiert aktuell von einem großen wirtschaftlichen Erfolg und einer internationalen Wahrnehmung. Wenn die Landeshauptstadt auch in Zukunft wirtschaftlich erfolgreich sein will, muss sie ihre Handlungsfähigkeit in der Wirtschaftsförderung verbessern.

Unter den zahlreichen in den neun Handlungsfeldern beschriebenen Aufgaben sind folgende strategisch besonders relevant:

- Koordination und weiterer Aufbau des „Netzwerks Wirtschaftsförderung“
- Ausbau der Unternehmensbetreuung zu einem strategischen Key-Account-Management

---

<sup>22</sup> Dieses Kapitel ist als gutachterliche Stellungnahme zu verstehen – es ist also nicht, wie alle anderen Teile des Konzepts, mit den Stakeholder:innen abgestimmt worden.



- Stärkung von Netzwerken und Beratung zur digitalen Transformation
- Verstärkung der Maßnahmen zur Attraktivierung der Innenstadt
- Verstärkung der Maßnahmen zum Standortmarketing
- Implementierung von Nachhaltigkeitsstrategien als Querschnittsaufgabe
- Begleitung der Entwicklung einer starken Wirtschaftsstandortmarke
- Datenmonitoring, Trendbeobachtung und Strategieentwicklung

In der folgenden Tabelle haben wir den Personalbedarf dargestellt, der sich aus dem hier vorliegenden Konzept ergibt:

Handlungsfeld	VZÄ Ist	VZÄ Soll
Unternehmensservice und Bestandspflege	2,33	5,0
Gründungen	1,33	2,0
Standortentwicklung und digitale Infrastruktur	1	2,0
Cluster und Netzwerke	0,865	4,0
Innenstadtentwicklung	1	2,0
Standortmarketing	0,05	1,5
Investor:innen und Ansiedlung	1,27	2,0
Menschen und Kompetenzen	0,365	2,0
Foresight und Strategieentwicklung	0	1,0
Netzwerk Wirtschaftsförderung	0	0,75
Management und Querschnittsaufgaben	2,28	3,5
<b>Summe</b>	<b>10,5</b>	<b>25,75</b>

Es ist üblich und sinnvoll, dass wir diesen berechneten Personalbedarf anhand von konkreten Aufgaben- und Stellenbeschreibungen im Weiteren belegen.

Politische Entscheidungsträger:innen sind zur sparsamen Mittelverwendung verpflichtet und wünschen sich schlanke Strukturen. Es ist aber auffällig, wie weit die Personalausstattung der Verwaltung im Bereich Wirtschaftsförderung sich von vergleichbaren Benchmarks abhebt. Ein Bezug zur Zahl der Einwohner:innen führt teilweise in die Irre, weil selbst sehr kleine Standorte gewisse Grundfunktionen erfüllen müssen: Die Wirtschaftsförderung von Werne an der Lippe hat drei Beschäftigte in der Wirtschaftsförderung – bei 30.000 Einwohner:innen. Und wenn in Bochum (bei ca. 360.000 Einwohner:innen) insgesamt 221 Mitarbeitende der Wirtschaftsförderung zugeordnet sind, so bündeln sich hier zahlreiche Funktionen, die nicht alle typisch für Wirtschaftsförderungen sind. Vergleichbare „kleine“ Landeshauptstädte wie Kiel oder Wiesbaden bringen es jeweils auf 21 Mitarbeitende, das größere Düsseldorf auf 68. Dortmund hat 120, Köln 80<sup>23</sup> Mitarbeitende.

Relevanter als Bezüge zur Einwohnerzahl sind Relationen in Bezug auf Unternehmen, denn die Betreuung der lokalen Unternehmen ist eine Kernaufgabe der Wirtschaftsförderung. Die Handlungsfähigkeit erhöht sich dementsprechend auch mit mehr Personal. Um die verschiedenen Zahlen in Relation setzen zu können, ist es interessant zu sehen, wie viele Unternehmen pro Kopf zu betreuen sind. Um eine Vergleichbarkeit gewährleisten zu können, stammen alle Daten aus dem Jahr 2022:<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> Die Zahlen beruhen auf telefonischen Nachfragen bei den Wirtschaftsförderungen im September 2023.

<sup>24</sup> Bundesagentur für Arbeit: Betriebszahlen 2022.

Somit hat jede:r Mitarbeitende der Wirtschaftsförderung in Mainz rund 860 Unternehmen zu betreuen. Das bedeutet, dass Mainzer Wirtschaftsförderinnen und Wirtschaftsförderer mit Abstand am meisten Unternehmen pro Kopf betreuen müssen.

Zum Vergleich: In Dortmund sind es mit 150 zu betreuenden Unternehmen deutlich weniger. Auch die Kolleg:innen aus Kiel (440 Unternehmen pro Kopf), Düsseldorf (460 Unternehmen pro Kopf), Köln (550 Unternehmen pro Kopf) und Wiesbaden (575 Unternehmen pro Kopf) haben eine erhebliche Anzahl von Unternehmen zu betreuen, liegen aber dennoch weit hinter den Mainzer Zahlen.

Zur Etablierung des vorgeschlagenen Key-Account-Managements ist die Abteilung Wirtschaftsförderung so jedenfalls nicht in der Lage: Der Arbeitsaufwand für einen durchschnittlichen Unternehmensbesuch, inklusive Vor- und Nachbereitung, liegt bei etwa zwölf bis 16 Stunden. Im Idealfall kann eine Person also maximal 150 Unternehmen wirksam betreuen – bei einem Besuch pro Jahr. Die Mainzer Wirtschaftsförderung ist in der aktiven Unternehmensbetreuung also sehr eingeschränkt. Hinzu kommt eine Vielzahl an weiteren Aufgaben aus den neun Handlungsfeldern.

Eine bedarfsgerechte Unternehmensbetreuung in Mainz ist daher nur sehr begrenzt möglich. Gerade, wenn es darum geht, den Ausbau der Unternehmensbetreuung zu einem dynamischen und strategischen Key-Account-Management weiterzuentwickeln. Und das zu einer Zeit, in der beispielsweise Arbeits- und Fachkräftemangel, hohe Energiekosten und Flächenmangel immer akuter werden.

Wenn der Stadtrat der Landeshauptstadt die hier vorgelegte Analyse teilt und die Vision Wirtschaftsförderung in Mainz 2030 gemeinsam umsetzen will, muss er jetzt die nächsten Schritte gehen. Mainz hat in der Pandemie gesehen: Mut wird belohnt. Dies gilt nicht nur für Unternehmen. Es gilt auch für den Wirtschaftsstandort Mainz.

## 6. Eine Vision für den Wirtschaftsstandort Mainz 2030

Der wirtschaftliche Erfolg einer Stadt hängt vor allem vom Erfolg ihrer Unternehmen ab. Politik und Verwaltung sind aufgerufen, für diese möglichst gute Rahmenbedingungen für erfolgreiches Wirtschaften zu schaffen. Im Gegenzug wird die Landeshauptstadt Mainz belohnt mit qualitativ hochwertigen, gut bezahlten Arbeitsplätzen, einer nachhaltigen Wirtschaftsweise und auskömmlichen Steuererträgen. Das ist das Ziel. Und der beispielhafte Erfolg der BioNTech SE ist dafür eine große Ermutigung.

Was kann Mainz als Wirtschaftsstandort erreichen? Für eine Vision des Wirtschaftsstandortes Mainz im Jahr 2030 (also bereits in wenigen Jahren) gibt es mehrere Eckpunkte:

- Mainz verfügt weiterhin über eine Wirtschaftsstruktur mit einem ausgewogenen Mix an Branchen und Unternehmensgrößen. Der Mittelstand ist weiter stark, das Handwerk floriert.
- Die Mainzer Wirtschaft wächst jedes Jahr mindestens genauso stark wie die Wirtschaft in Deutschland.
- Mainz hat nach wie vor starke Branchenschwerpunkte in Medien und Kreativwirtschaft sowie Life-Science und Biotechnologie. Neue Cluster werden identifiziert, gezielt gefördert und weiter ausgebaut.
- Unternehmen in Mainz profitieren von optimalen Bedingungen zum Wirtschaften. Dies gilt für alle Aspekte der Infrastruktur, aber auch für eine moderne Verwaltung, die unternehmerisches Handeln wirksam unterstützt.

- Die Mainzer Wirtschaft kann nachhaltig, aber überdurchschnittlich wachsen, weil Mainz es besonders gut schafft, begehrten Arbeitnehmer:innen ein attraktives Angebot zum Arbeiten und Leben zu machen. Mainz weiß, wie die Integration von Menschen aus anderen Ländern funktioniert – und profitiert davon.
- Aus dem Flächenmangel hat Mainz das Beste gemacht: Die Stadt pflegt Gewerbe und Industrie und bemüht sich um nachhaltiges und qualitatives Wachstum in Branchen, deren Flächenverbrauch niedriger ist. Dazu gehört auch eine gezielte Um- und Nachnutzung bestehender gewerblicher Flächen.
- Mainz ist eine regionale Gründungshauptstadt mit einem vitalen Gründungs-Ökosystem. Studierende der Hochschulen setzen ihre Ideen hier um, Gründer:innen aus dem ganzen Rhein-Main-Gebiet entscheiden sich für Mainz, weil sie hier optimale Beratung, sehr gute Bedingungen, eine Finanzierung, motivierte Mitarbeitende, produzierende Partner:innen und viele Gleichgesinnte finden.
- Der Mainzer Wirtschaft gelingen Forschung und Wissenstransfer in Kooperation mit den Hochschulen des Rhein-Main-Gebietes besonders gut.
- Die Innenstadt passt ihre Funktion den veränderten Bedürfnissen der Menschen laufend an. Sie ist ein lebendiger Ort, an dem Menschen sich treffen, mit kulturellen Angeboten, attraktiven Restaurants, Gaststätten und Cafés. In der Mainzer Innenstadt verschmelzen Woh-

nen, Einkaufen, Genuss, Unterhaltung und Entspannung zu einem Gesamterlebnis, das Mainz auch als Wohnort besonders attraktiv macht.

- Mainz verfügt über eine starke Wirtschaftsstandortmarke und hat sein Image als regionale Größe ausgetauscht gegen eine bundesweite Wahrnehmung als Innovationsstandort mit Strahlkraft, den Investor:innen „auf der Liste haben“.
- In Mainz arbeiten Unternehmen, Wirtschaftsförderinnen und Wirtschaftsförderer, das „Netzwerk Wirtschaftsförderung“, Verwaltung und Politik zielorientiert zusammen, wenn es um die Weiterentwicklung des Wirtschaftsstandortes geht. Gemeinsam behält man die Hand am Puls der ökonomischen und gesellschaftlichen Trends, erkennt neue Themen, Potenziale und Bedarfe und nutzt die Chancen, die daraus entstehen.

Eine solche Vision bietet ein motivierendes Leitbild, an dem Politik und Verwaltung sich in den nächsten Jahren orientieren können, um den Wirtschaftsstandort Mainz noch stärker zu machen – zum Wohle der Wirtschaft, der Landeshauptstadt und aller, die hier leben.