



INITIATIVEREGION
KOBLENZMITTELRHEIN

Gemeinsamen Befragung zur „Attraktivität ländlicher Regionen als Orte zum Leben und Arbeiten“



*Strategische Kooperationsregionen
in ländlichen Räumen*

Themen, Strategien, Erfolgsfaktoren

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft

ptble
Projekträger Bundesanstalt
für Landwirtschaft und Ernährung

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Lebensqualität

F3.1: Welche Qualitäten schätzen Sie an Ihrer Region besonders?

Bitte antworten Sie mit maximal drei Stichpunkten

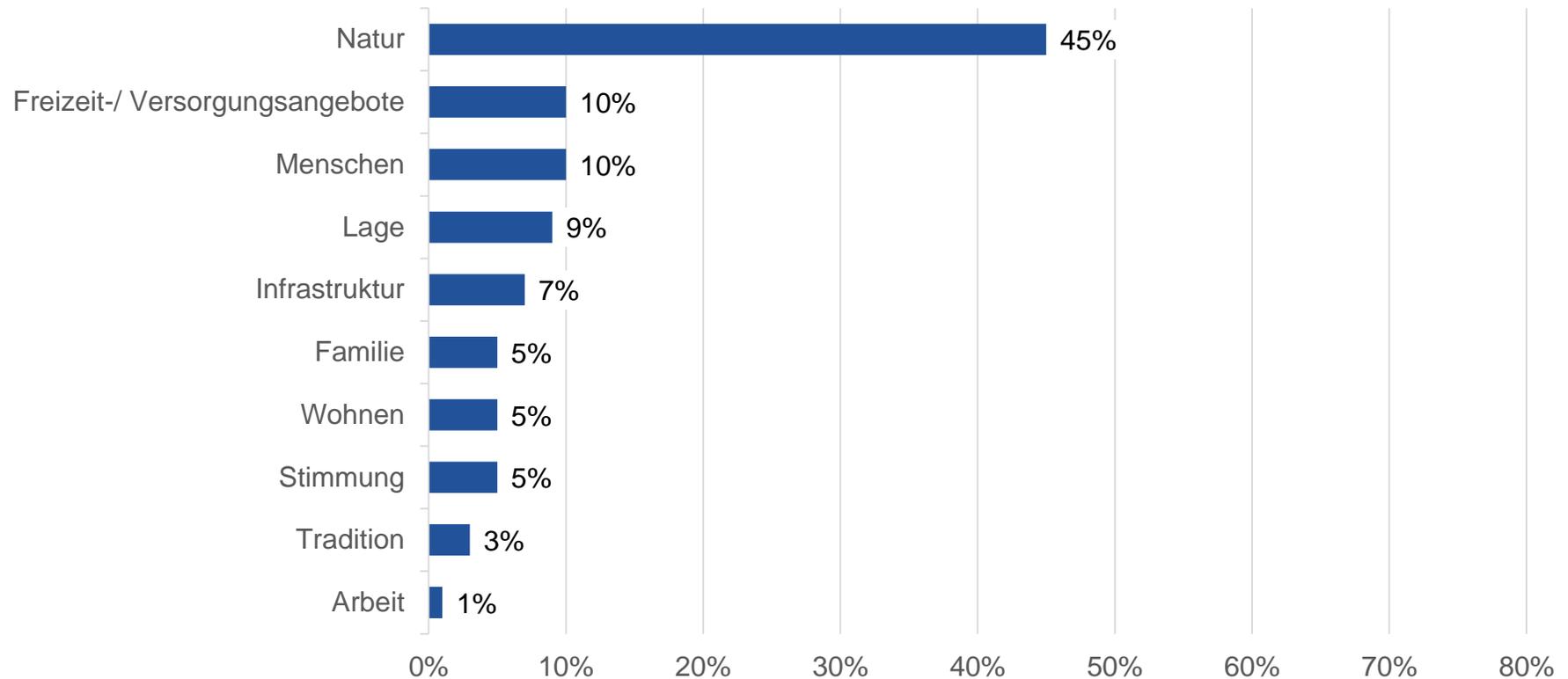


- Stressfreies Leben
- Freizeit- und Sportangebote
- Vereinsleben
- Kultur
- Erholungswert
- Unternehmensvielfalt/ Starke Industrie/ Mittelstand
- Gute Nachbarschaften
- Familiär/ Nachbarschaft/ Zusammenhalt
- Heimatgefühl
- Mentalität

Lebensqualität

F3.1: Welche Qualitäten schätzen Sie an Ihrer Region besonders?

Bitte antworten Sie mit maximal drei Stichpunkten



Fazit

- Die Region Koblenz-Mittelrhein punktet mit Natur und guten Arbeitgebern. Attraktive Jobangebote, sowie Familie und Freunde locken in die Region.
- Ländliche Räume können Menschen auch ohne persönliche Kontakte für sich begeistern. Schließlich zog jede*r zweite Befragte in die Region, ohne vorher Familie oder Freunde hier zu haben.
- Regionalmarketing über starke Job- und Wohnangebote kann also funktionieren. Gleichzeitig steckt riesiges Potenzial in der Idee, dass die Menschen aus der Region die wichtigsten Botschafter sind
- Über persönliche Kontakte fanden die meisten Befragten ihre Arbeitsstelle. Das ist eine Schlüsselerkenntnis für die Unternehmen der Region: Ist eine Stelle unbesetzt oder frei, müssen das alle Mitarbeiter*innen im Betrieb wissen, um in ihrem privaten Umfeld darüber sprechen zu können.

Fazit

- Weiche" Faktoren als ausschlaggebendes Kriterium bei der Job-Wahl stehen deutlich vor dem Thema Gehalt.
- Was zählt sind vor allem die Arbeitsinhalte, die Kultur des Unternehmens sowie die Work-Life-Balance – hier kann Koblenz-Mittelrhein mit den vielen kleinen, mittelständisch geprägten Unternehmen der Region also durchaus punkten.
- Veränderungen im Zuge der Pandemie: Lust aufs Landleben gestiegen
- in ihrem persönlichen Umfeld nehmen knapp 80 Prozent der Befragten eine Entwicklung wahr: So sei bei Freunden und Bekannten, die in Großstädten leben, der Wunsch nach einem „Leben auf dem Land“ spürbar gestiegen.