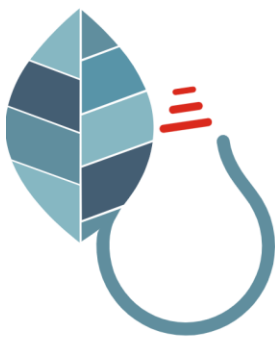


Entwicklungsstudie zur Fortführung der „Ideenfabrik Nachhaltige Wirtschaft“



Ideenfabrik

Nachhaltige Wirtschaft

agiplan public GmbH
Kölner Straße 80-82
45481 Mülheim an der Ruhr

Nomo Braun
Hendrik Berns
Lena Bruns

Inhaltsverzeichnis

1	Management Summary	4
2	Anlass und Zielsetzung	6
3	Methoden und Analytik	7
3.1	Wirtschaftliche Entwicklung im Kreis Euskirchen	8
3.2	Angebotsstruktur der Ideenfabrik	16
3.3	Auslastungs- und Nachfrageanalyse	17
3.4	Interviewergebnisse	21
3.5	Fazit Angebote und Nachfrage	22
4	Zielgruppen-Canvas	23
5	Leitlinien	30
6	Strategische Maßnahmen	32
6.1	Teilbereich 1: Steigerung der Auslastung	33
6.2	Teilbereich 2: Struktur und Sichtbarkeit	35
6.3	Teilbereich 3: Stärkung der finanziellen Lage	39
7	Finanzübersicht	42
8	Ausblick	46
9	Anhang	48
9.1	Vollständige Übersicht der Kompetenzfeldanalyse	48
9.2	Interviewleitfaden „Nutzer:innen“	54
9.3	Interviewleitfaden „Wirtschaft, Wissenschaft, Verwaltung und Politik“	56

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Übersicht der strategischen Maßnahmen	5
Abbildung 2: Methodisches Vorgehen	7
Abbildung 3: Entwicklung des BIP je erwerbstätiger Person im Kreis Euskirchen und NRW	8
Abbildung 4: Kompetenzfeldanalyse des Kreises Euskirchen	10
Abbildung 5: Shift-Share-Analyse für den Kreis Euskirchen	11
Abbildung 6: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Beschäftigtengrößenklassen 2023	12
Abbildung 7: Pendlerstatistik des Kreises Euskirchen zum Datenstand 30.06.2024	13
Abbildung 8: Wichtigste Einpendlerregionen für den Kreis Euskirchen zum Datenstand 30.06.2024	13
Abbildung 9: Erreichbarkeitsanalyse für den Kreis Euskirchen. Ausgangspunkt Ideenfabrik.	15
Abbildung 10: Entwicklung der Anzahl an externen Teilnehmer:innen des Formats "offene Werkstatt"	18
Abbildung 11 Entwicklung der Anzahl an externen Teilnehmer:innen des Formats "Gründungsstammtisch"	19
Abbildung 12: Entwicklung der Anzahl an externen Teilnehmer:innen des Formats "Handwerk trifft Zukunft"	19
Abbildung 13: Einnahmen und Ausgaben der Ideenfabrik Euskirchen Basisszenario	44
Abbildung 14: Einnahmen und Ausgaben der Ideenfabrik Euskirchen Beteiligungsszenario	45

1 Management Summary

Die Ideenfabrik ist der zentrale Ort der Wirtschaftsförderung im Kreis Euskirchen. Sie bündelt hochwertige räumliche Infrastruktur und wirtschaftsfördernde Formate und schafft damit einen professionellen Rahmen für Austausch, Wissenstransfer und Vernetzung zwischen Unternehmen, Verwaltung, Wissenschaft und weiteren regionalen Akteuren. Als neutraler, nicht verwaltungsgeprägter Ort übernimmt sie eine Schlüsselfunktion innerhalb der wirtschaftsfördernden Aktivitäten des Kreises.

Die Analyse der regionalen Rahmenbedingungen sowie die Rückmeldungen der Nutzer:innen zeigen deutlich, dass die Fortführung der Ideenfabrik einen relevanten Beitrag zur Stärkung der regionalen Wirtschaft leistet. Das Angebot richtet sich an Gründer:innen, kleine und mittlere Unternehmen (KMU) sowie größere Unternehmen, wobei KMU und Gründer:innen als zentrale Zielgruppen im Fokus stehen. Die Ideenfabrik ermöglicht darüber hinaus die gezielte Einbindung von Bildungs-, Forschungs- und Netzwerkakteuren. Insbesondere durch den Aufbau und die Stärkung überregionaler Netzwerke eröffnet die Ideenfabrik Unternehmen aus dem Kreis Euskirchen Zugang zu Kompetenzen, Impulsen und Kooperationspartnern, die lokal nicht oder nur eingeschränkt verfügbar sind.

Gleichzeitig zeigt die Untersuchung der bestehenden Angebote und deren Nutzung, dass eine Fortführung mit klaren strategischen Weiterentwicklungen erfolgen sollte. Im Mittelpunkt stehen dabei die Steigerung der Wirksamkeit und Reichweite der Angebote, eine nachhaltige Begrenzung des Finanzierungsbedarfs sowie die langfristige Etablierung der Ideenfabrik als leistungsfähige wirtschaftsfördernde Infrastruktur. Vor diesem Hintergrund wurden strategische Leitlinien entwickelt, die den Orientierungsrahmen für die zukünftige Ausrichtung der Ideenfabrik bilden, und darauf aufbauend neun strategische Maßnahmen, die eine zielgerichtete, wirtschaftlich tragfähige und institutionell anschlussfähige Weiterentwicklung ermöglichen. Eine Übersicht dieser Maßnahmen ist in der folgenden Abbildung dargestellt.

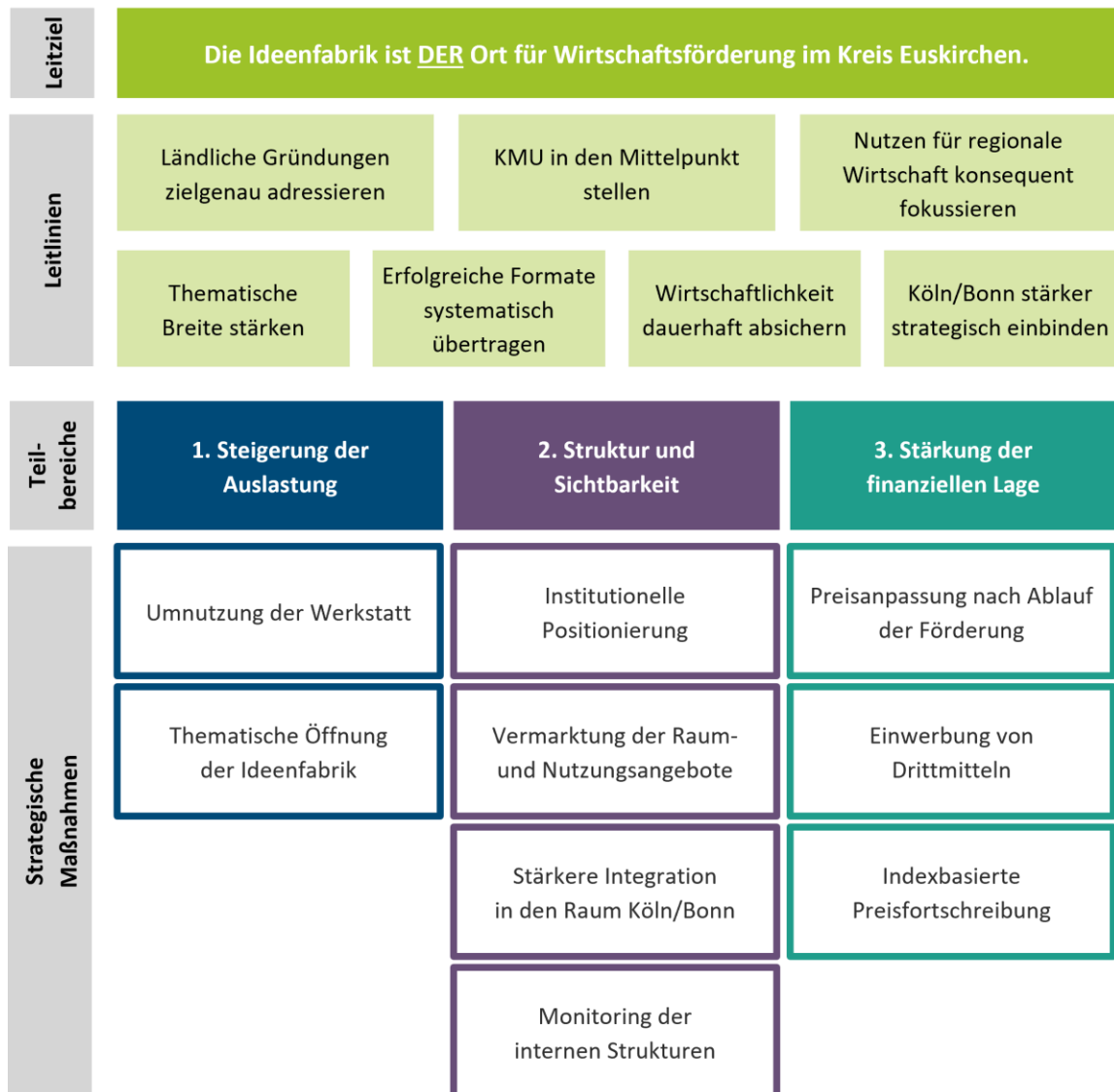


Abbildung 1: Übersicht der strategischen Maßnahmen

2 Anlass und Zielsetzung

Auf Basis des wirtschaftlichen Entwicklungskonzepts ist es dem Kreis Euskirchen gelungen, Fördermittel des Bundes für die Einrichtung und den Hochlauf des Innovations- und Gründerzentrums „Ideenfabrik Nachhaltige Wirtschaft“ einzuwerben. Aufgrund der positiven Resonanz der Nutzer:innen und der im Jahr 2026 auslaufenden Förderung ist es das Ziel dieser Studie, herauszuarbeiten, welche Zielgruppen durch das Angebot angesprochen werden, wie die Wirksamkeit der Ideenfabrik maximiert und der Finanzierungsbedarf verkleinert werden kann. Hierdurch soll eine klare Fortführungsperspektive aufgezeigt werden, die es ermöglicht, das im Kreis Euskirchen einmalige Angebot langfristig zu etablieren und eine positive wirtschaftliche Entwicklung des Kreises zu unterstützen. Vor diesem Hintergrund zielt die Studie auf die Beantwortung fünf zentraler Fragen ab:

1. *Sind die Bedarfe der lokalen Wirtschaftsstruktur, die zur Entwicklung der Ideenfabrik geführt haben, weiterhin aktuell?*
2. *Welche Angebote stellt die Ideenfabrik derzeit bereit und wie werden diese von unterschiedlichen Gruppen wahrgenommen?*
3. *Welche Zielgruppen können und sollen durch die Ideenfabrik adressiert werden?*
4. *Wie kann die Ideenfabrik zukünftig gestaltet werden und welche Maßnahmen sind hierfür erforderlich?*
5. *Wie stellt sich eine realistische Finanzplanung dar und welche Mehrwerte erhalten Unternehmen und Kommunen durch das Projekt?*

Aufgrund der Historie der Ideenfabrik als Fördervorhaben ist hierbei die derzeit notwendige Trennung zwischen den allgemeinen Tätigkeiten der Stabsstelle 80 „Struktur- und Wirtschaftsförderung“ und den Projektaktivitäten zu beachten. Im Rahmen der Studie wird die Ideenfabrik primär als Infrastruktur und Plattform für die Aktivitäten der Stabsstelle fokussiert, während die inhaltliche Gestaltung der Veranstaltungen der Stabsstelle zugeordnet wird. Eine vollständige Trennung ist hierbei jedoch nicht immer möglich, da starke Interdependenzen zwischen der Wirksamkeit der Veranstaltungen und der hierfür notwendigen Infrastruktur bestehen.

3 Methoden und Analytik

Für die Entwicklungsstudie der Ideenfabrik wurde ein methodischer Ansatz gewählt, der quantitative Sekundärdatenanalysen mit eigenen Erhebungen und der Auswertung projektinterner Unterlagen kombiniert. Zunächst wird die wirtschaftliche Entwicklung des Kreises Euskirchen anhand ausgewählter Indikatoren eingeordnet. Ergänzend werden die Angebotsstruktur und die Nutzung der Ideenfabrik anhand vorhandener Daten zusammengeführt, darunter Ergebnisse einer Befragung sowie Auslastungs- und Buchungsdaten für Co-Working Bereiche, Büros und Veranstaltungsflächen. Zur qualitativen Vertiefung fließen Aussagen von Nutzer:innen und relevanten regionalen Intermediären, die durch teilstrukturierte Interviews erhoben wurden, ein, um Wahrnehmungen, Mehrwerte und Weiterentwicklungsbedarfe systematisch zu erfassen. Die gewonnenen Erkenntnisse werden anschließend gebündelt, in Leitlinien überführt und in einem Workshop diskutiert, bevor auf diesen aufbauend neun strategische Maßnahmen in drei Teilbereichen erarbeitet wurden. Abschließend wurde ein Finanzplan entwickelt, der den strategischen Maßnahmen Rechnung trägt und einen realistischen Ausblick auf die erwartbaren Einnahmen und Ausgaben der Ideenfabrik bietet. Das Vorgehen ist in der folgenden Grafik visualisiert:

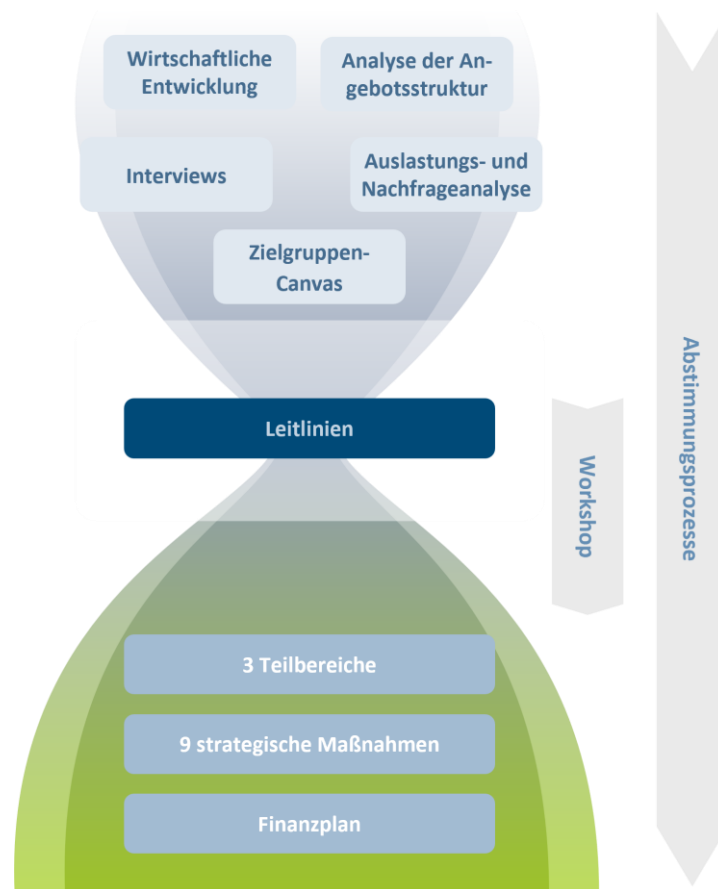


Abbildung 2: Methodisches Vorgehen

3.1 Wirtschaftliche Entwicklung im Kreis Euskirchen

Die Ideenfabrik Nachhaltige Wirtschaft als ein zentraler Baustein der Wirtschaftsförderungsaktivitäten im Kreis Euskirchen kann auf das wirtschaftliche Entwicklungskonzept für den Kreis Euskirchen (WEK) aus dem Jahr 2022 zurückgeführt werden. In diesem wurden mit den Ansätzen für den „Hybrid Campus“ und den „Sustainable Innovation Hub Euskirchen“ die Grundlagen für die Ideenfabrik in ihrer heutigen Form gelegt. Beide Ansätze wurden im Rahmen des WEK aus den im Jahr 2022 bestehenden Stärken und Schwächen hergeleitet, wobei die Stärkung von KMU, der Aufbau eines regionalen Nachhaltigkeitsnetzwerks und die Verbesserung der Gründungsinfrastruktur im Fokus der beiden Vorhaben standen. Im Rahmen dieser Entwicklungsstudie wird daher in einem ersten Schritt eine übersichtliche Untersuchung relevanter Indikatoren des Kreises Euskirchen vorgenommen, um mögliche Veränderungen in den Bedarfen der Region zu erheben.

Das Bruttoinlandsprodukt ist ein etablierter Indikator zur Messung der wirtschaftlichen Produktivität von Regionen, wobei zur Herstellung der Vergleichbarkeit von unterschiedlich großen Gebieten eine Darstellung als Bruttoinlandsprodukt je erwerbstätiger Person üblich ist.

Der Kreis Euskirchen weist im Jahr 2022 ein BIP je erwerbstätiger Person von 72.086 Euro auf, während dieser Wert im Landesdurchschnitt mit 81.605 Euro ca. 11,7 Prozent höher ausfällt. In der Zehn-Jahres-Betrachtung fällt auf, dass Euskirchen über diesen Zeitraum ein jährliches Wachstum (CAGR) des BIPs je erwerbstätiger Person von 2,7 Prozent erreichen konnte, während es im Landesdurchschnitt im gleichen Zeitraum mit durchschnittlich 2,5 Prozent gewachsen ist. Das überdurchschnittliche Wachstum sorgte in den letzten fünf Jahren für eine Konvergenz des BIPs je erwerbstätiger Person im Kreis Euskirchen und NRW, sodass der Rückstand des Kreises Euskirchen auf den Landesdurchschnitt in den letzten Jahren um 1,9 Prozentpunkte zurückgegangen ist. Die Entwicklung des BIP je erwerbstätiger Person im Kreis Euskirchen und NRW ist in der folgenden Grafik dargestellt:

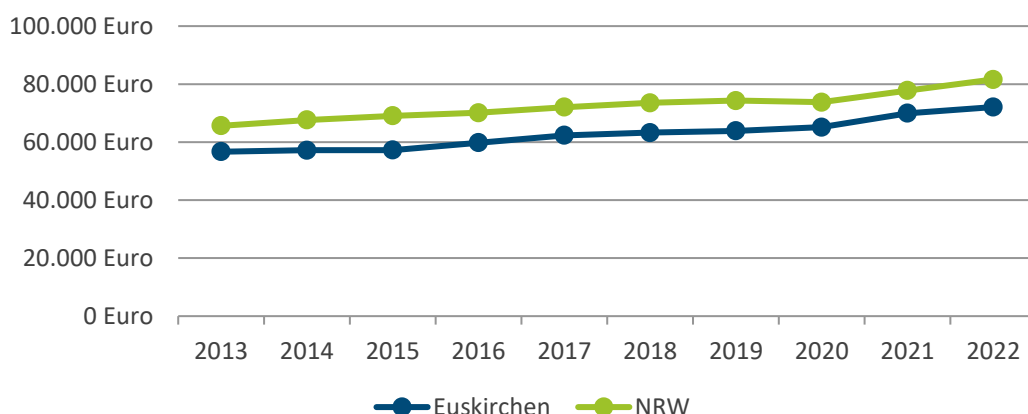


Abbildung 3: Entwicklung des BIP je erwerbstätiger Person im Kreis Euskirchen und NRW

Diese Produktivität findet in einem komplexen Geflecht aus Branchen statt, deren Bedeutung für den Standort Euskirchen mit Hilfe der **Kompetenzfeldanalyse**¹ herausgearbeitet werden kann. Die Kompetenzfeldanalyse wertet die Verteilung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten auf Ebene der 88 Wirtschaftsabteilungen entsprechend der Gliederung der Klassifikation der Wirtschaftszweige von 2008 (WZ 2008) aus und erlaubt es, die Besonderheiten der Branchenstruktur des Kreises Euskirchen im Vergleich zur landestypischen Struktur herauszuarbeiten. Jede Branche wird dabei als Datenpunkt in einer Matrix dargestellt, wobei der horizontale Wert den **Standortkoeffizienten** beschreibt. Er vergleicht den Beschäftigungsanteil einer Branche im Kreis Euskirchen mit ihrem Beschäftigungsanteil in NRW und kann als Multiplikator verstanden werden. Ein Wert von 1 bedeutet, dass der Beschäftigtenanteil einer Branche an der Gesamtbeschäftigung im Kreis Euskirchen und NRW gleich groß ist, während ein Wert von 2 bedeutet, dass bezogen auf die Gesamtbeschäftigung doppelt so viele Personen in der Branche Kreis Euskirchen tätig sind. Die vertikale Achse stellt die Veränderung der Anzahl der Beschäftigten in den letzten fünf Jahren dar und ermöglicht es, die **Beschäftigungsdynamik** der Branche zu beurteilen. Die Größe der Blasen repräsentiert den Beschäftigungsanteil an der Gesamtbeschäftigung und ist ein Indikator für die **Beschäftigungsrelevanz** einer Branche.

Die Kompetenzfeldanalyse, die auf der folgenden Seite dargestellt ist, zeigt die stark diversifizierte Branchenstruktur des Kreises Euskirchen. Mit Ausnahme der Bereiche „Bibliotheken, Archive, Museen, botanische und zoologische Gärten“ und „Herstellung von Papier, Pappe und Waren daraus“ weist keine Branche einen Standortkoeffizienten auf, der größer als 2 ist. Die Papierindustrie steht bundesweit unter hohem Druck und hat in den vergangenen Jahren deutlich an Beschäftigung abgebaut.² Der Bereich „Bibliotheken, Archive, Museen, botanische und zoologische Gärten“ ist mit 250 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten von untergeordneter Beschäftigungsrelevanz, sodass der Kreis Euskirchen derzeit keine offensichtliche Leitbranche aufzeigt, die wegweisend für die Region ist. Stattdessen verfügt der Kreis Euskirchen über mehrere moderat spezialisierte Branchen, die mit Ausnahme des Veterinärwesens und des Einzelhandels dem produzierenden Gewerbe und der Bauwirtschaft zuzuordnen sind.

¹ Eigene Berechnungen agiplan public basierend auf SvB Daten der Bundesagentur für Arbeit zu den Stichtagen 30.06.2024 und 30.06.2024

² Die Bundesagentur für Arbeit überprüft auf Nachfrage von agiplan public die Beschäftigtendaten der Papierindustrie im Kreis Euskirchen hinsichtlich einer möglicherweise fehlerhaften Meldung von Arbeitsplätzen. Eine grundsätzliche Risikoaffinität der Papierindustrie bleibt bestehen.

Kompetenzfeldanalyse Kreis Euskirchen (06/2024) mit der Referenz NRW

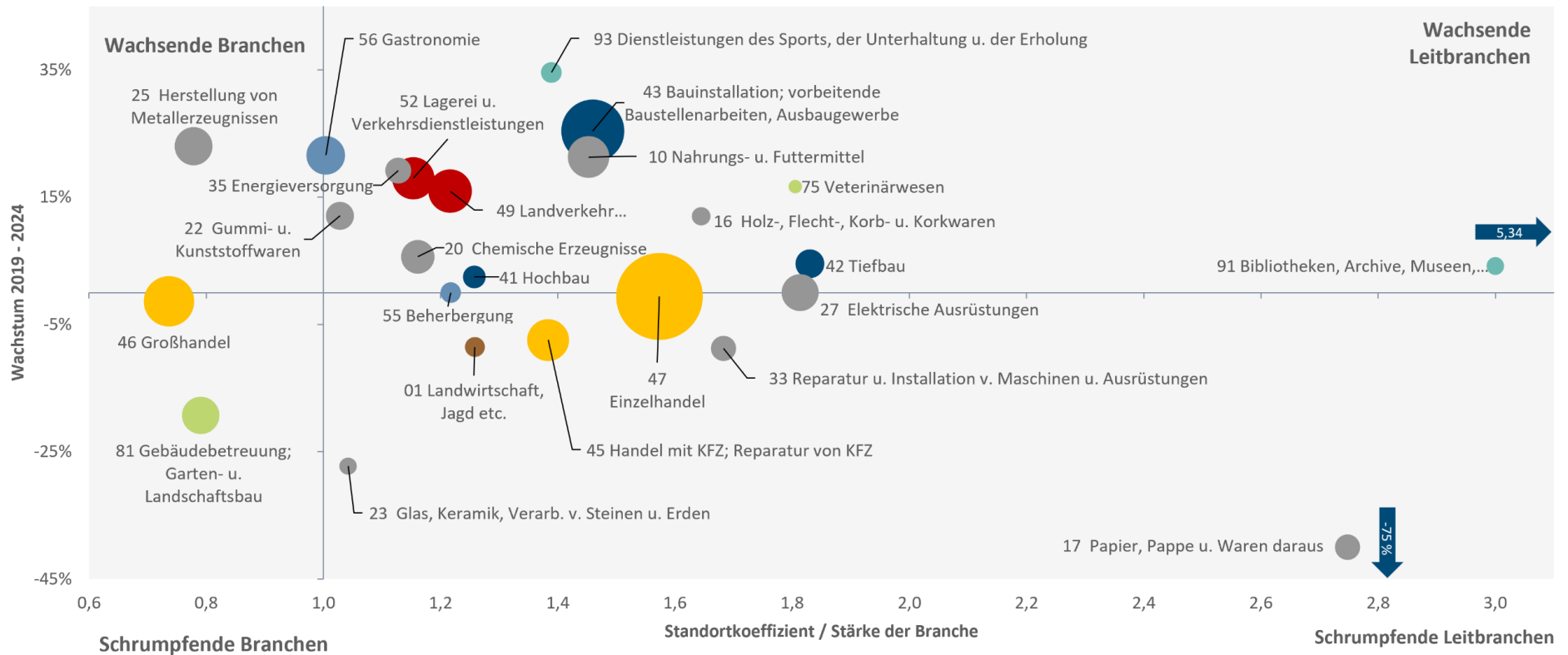


Abbildung 4: Kompetenzfeldanalyse des Kreises Euskirchen

Der Kreis Euskirchen zeigte in den letzten fünf Jahren ein moderates Beschäftigtenwachstum (SvB) von ca. 0,85 Prozent, während landesweit ein Wachstum von ca. 5 Prozent beobachtet werden konnte. Im Vergleich zur Landesentwicklung hat sich der Kreis Euskirchen unterdurchschnittlich entwickelt. Die **Shift-Share-Analyse** ermöglicht es, die Differenz zwischen der tatsächlichen Entwicklung und der nach Landesdurchschnitt erwartbaren Entwicklung, die als **Regionalfaktor** bezeichnet wird, in zwei Komponenten zu zerlegen. Der **Strukturfaktor** gibt dabei den Anteil des Regionalfaktors an, der durch die Branchenzusammensetzung vor Ort erklärt werden kann. Der **Standortfaktor** weist jenen Anteil am Regionalfaktor aus, der auf allgemeine Standorteigenschaften wie die Verfügbarkeit von Gewerbeflächen, das Arbeitskräfteangebot und die Infrastruktur zurückgeführt werden kann. Für den Kreis Euskirchen ergibt sich ein Regionalfaktor von -1.587. Er drückt aus, dass in den letzten fünf Jahren 1.587 sozialversicherungspflichtige Beschäftigungsverhältnisse im Kreis Euskirchen weniger entstanden sind, als anhand des Landestrends erwartbar gewesen wäre. Der positive Strukturfaktor von 106 zeigt an, dass die lokale Branchenstruktur nicht zu dieser unterdurchschnittlichen Entwicklung beiträgt und im Gegenteil sogar eine überdurchschnittliche Entwicklung erwartbar gewesen wäre. Der negative Standortfaktor von -1.693 deutet darauf hin, dass der Kreis Euskirchen das wirtschaftliche Potenzial in den letzten fünf Jahren aufgrund allgemeiner Standorteigenschaften nicht realisieren konnte³, sodass eine Verbesserung dieser Faktoren mittelfristig Potenziale bietet, eine im Landesvergleich überdurchschnittliche Entwicklung zu ermöglichen. Eine genaue Identifikation der zuletzt negativ wirkenden Standorteigenschaften ist mit Hilfe der Shift-Share-Analyse nicht möglich.⁴ Die folgende Grafik visualisiert das Ergebnis der Shift-Share-Analyse:

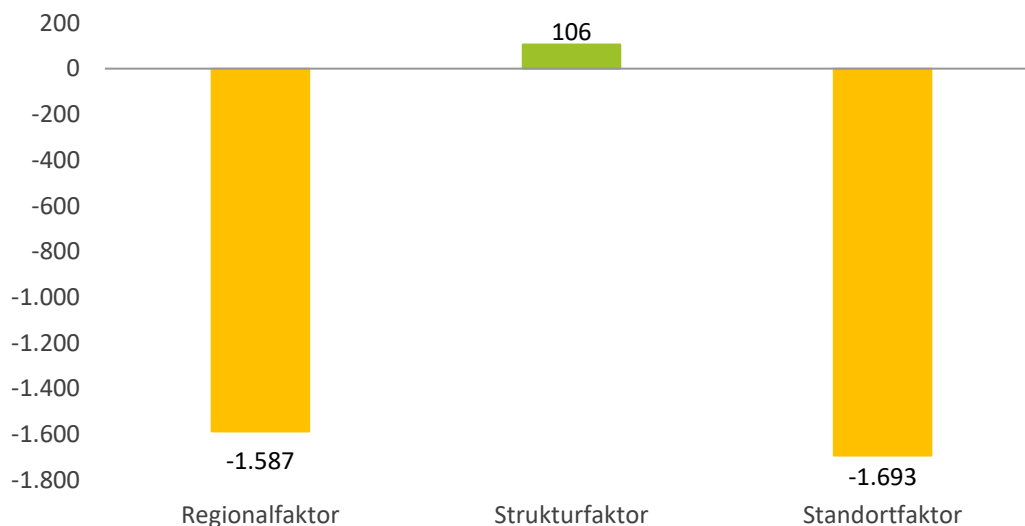


Abbildung 5: Shift-Share-Analyse für den Kreis Euskirchen

³ Die Flutkatastrophe des Jahres 2021 ist im Beobachtungszeitraum zu berücksichtigen

⁴ Eigene Berechnungen agiplan public basierend auf SvB Daten der Bundesagentur für Arbeit zu den Stichtagen 30.06.2019 und 30.06.2024. Aufgrund fehlender Daten wird die Beschäftigungsdynamik im Kreis Euskirchen leicht positiv verzerrt. Der korrigierte Regionalfaktor beträgt -2.420, während eine Korrektur des Struktur- und Standortfaktors aufgrund der Anonymisierung von Daten nicht möglich ist.

Bereits im WEK wurde die Bedeutung von KMU herausgearbeitet. Diese ist trotz einiger Schwankungen im Kontext der COVID-19-Pandemie mit einer leicht steigenden Tendenz versehen. KMU mit weniger als 250 Beschäftigten machen in Euskirchen 74 Prozent der SvB aus, während dieser Anteil in NRW ca. 50 Prozent beträgt. Die genaue Verteilung der Beschäftigten auf die Unternehmensgrößenklassen stellt die folgende Grafik dar:⁵

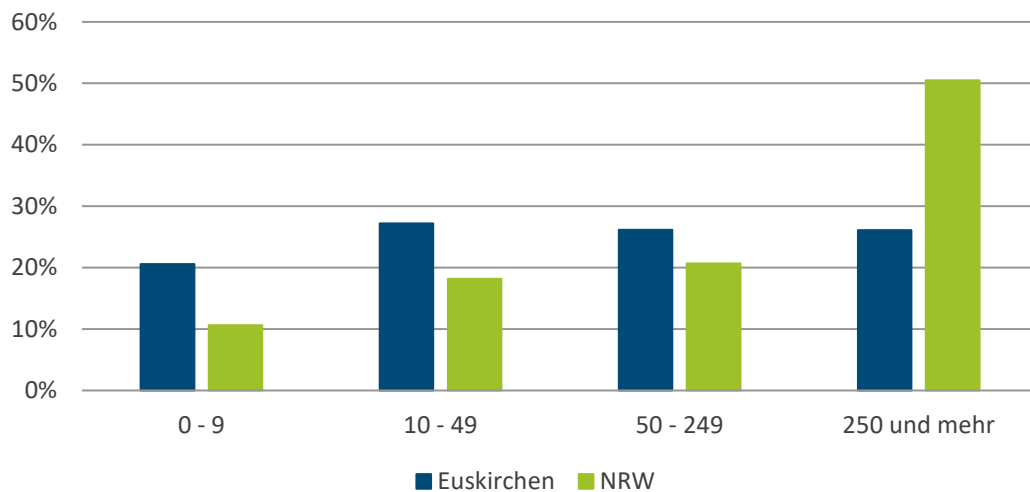


Abbildung 6: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Beschäftigtengrößenklassen 2023

Diese Größenstruktur geht im Kreis Euskirchen mit einem stark unterdurchschnittlichen Anteil von Beschäftigten in wissensintensiven Branchen⁶ einher. Dieser beträgt im Kreis Euskirchen 20,9 Prozent, während er sich landesweit auf ca. 31,6 Prozent beläuft.⁷ Gleichzeitig ist der Anteil von Beschäftigten in besonders energieintensiven Branchen⁸ mit 3,4 Prozent etwas geringer als im Landesdurchschnitt von 4,2 Prozent. Dies ist bemerkenswert, da der Kreis Euskirchen zum Datenstand der Erstellung des WEK aufgrund der stark ausgeprägten Papierindustrie einen überdurchschnittlichen Energiebedarf je Beschäftigten verzeichnete.⁹ Dies geht mit derzeit unterdurchschnittlichen Klimagasemissionen je SvB von ca. 17,58 Tonnen CO₂-Äquivalenten im Vergleich zum landesweiten Durchschnitt von 19,63 Tonnen CO₂-Äquivalenten je SvB einher.

⁵ Statistisches Landesamt (2025): Rechtliche Einheiten und deren Beschäftigte nach Beschäftigtengrößenklassen für das Jahr 2023

⁶ Siehe hierzu: Gehrke et al. (2010): Listen wissens- und technologieintensiver Güter und Wirtschaftszweige

⁷ Eigene Berechnung agiplan public basierend auf SvB Daten der Bundesagentur für Arbeit zum Stichtag 30.06.2024. Aufgrund von statistischer Geheimhaltung wird der Anteil wissensintensiver Beschäftigter leicht unterschätzt.

⁸ Als besonders energieintensiv werden Branchen bezeichnet, die im bundesweiten Durchschnitt für das Jahr 2022 mehr als 1 TJ bzw. mehr als 278 MWh Energie je SvB benötigt haben.

⁹ Eigene Berechnung agiplan public basierend auf SvB Daten der Bundesagentur für Arbeit zum Stichtag 30.06.2024. Aufgrund von statistischer Geheimhaltung wird der Anteil wissensintensiver Beschäftigter leicht unterschätzt.

Die Auswertung der Pendlerverflechtungen des Kreises zeigt die starke Verflechtung mit den umliegenden Kreisen und kreisfreien Städten, wobei ca. 44 Prozent der im Kreisgebiet wohnenden SvB in einen anderen Kreis oder eine kreisfreie Stadt auspendeln, während gleichzeitig ca. 26 Prozent der im Kreis tätigen SvB nicht im Kreis Euskirchen leben und daher aus einer anderen Region einpendeln. In Summe ist der Kreis Euskirchen ein Auspendlerstandort, wie die folgende Grafik verdeutlicht:¹⁰

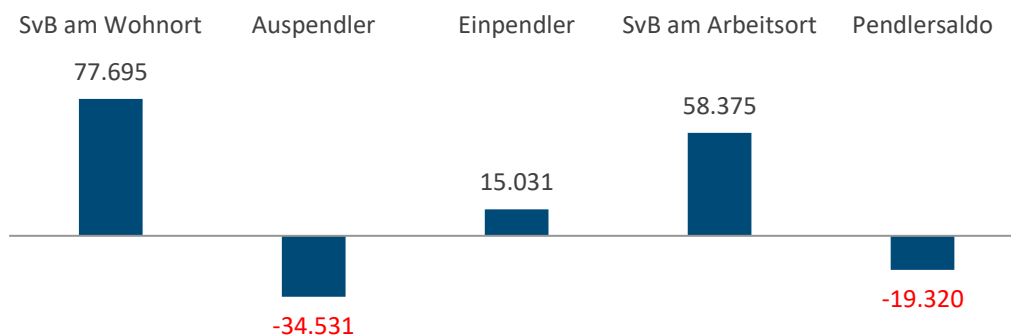


Abbildung 7: Pendlerstatistik des Kreises Euskirchen zum Datenstand 30.06.2024

Besonders stark sind die Verflechtungen mit der Stadt Köln, dem Rhein-Erft-Kreis, dem Rhein-Sieg-Kreis sowie der Stadt Bonn, die gemeinsam für ca. 71 Prozent der Auspendler:innen verantwortlich sind. Eine Analyse der wichtigsten Auspendlerregionen ist in der folgenden Grafik dargestellt:

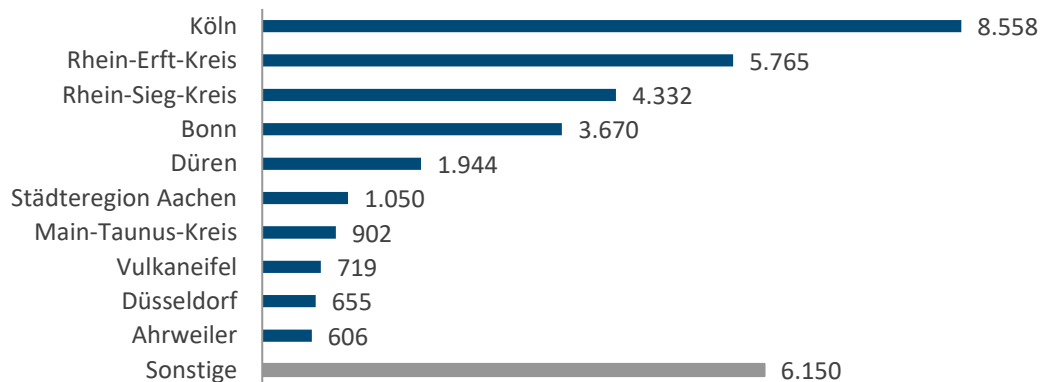


Abbildung 8: Wichtigste Einpendlerregionen für den Kreis Euskirchen zum Datenstand 30.06.2024

Eine vergleichbare Tendenz in Richtung des Rheinlandes zeigt sich auch bei Betrachtung der Studienorte von Personen, die im Kreis Euskirchen ihre Hochschulzugangsberechtigung (HZB) erworben haben. Im Wintersemester 2022/23 waren insgesamt 6.461 Personen, die ihre HZB im Kreis

¹⁰ Eigene Berechnung agiplan public basierend auf dem Penderlatlas der Bundesagentur für Arbeit zum Datenstand 30.06.2024

Euskirchen erworben haben, an deutschen Hochschulen immatrikuliert. Dabei liegen mit der Universität zu Köln, der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn und der Technischen Hochschule Köln die drei Hochschulen mit den meisten Studierenden aus dem Kreis Euskirchen nordöstlich des Kreises in der Region Köln/Bonn. Die Verteilung der Personen, die ihre HZB im Kreis Euskirchen erworben haben, auf die Studienorte ist in der folgenden Visualisierung aufbereitet:¹¹

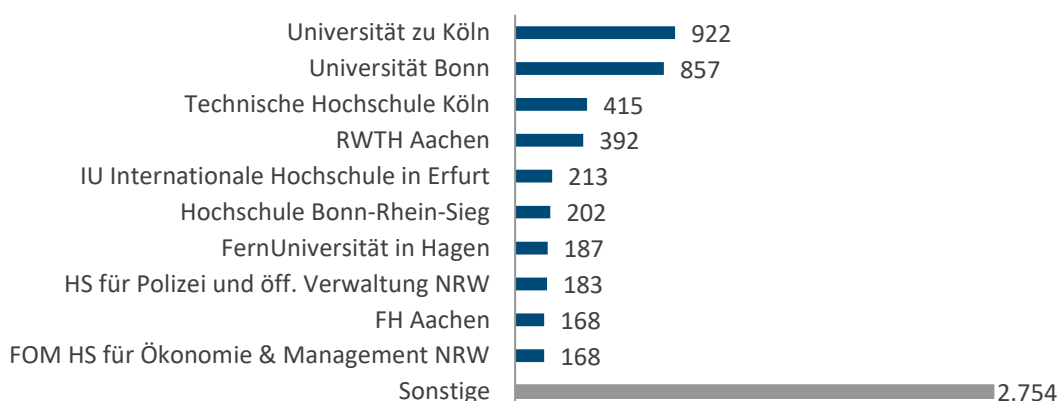


Abbildung 9: Studierende mit HZB aus dem Kreis Euskirchen an deutschen Hochschulen

Diese Muster bei den Pendler:innen und Studierenden lassen sich unter anderem durch die Erreichbarkeit der Städte Köln und Bonn von Euskirchen aus erklären. Beide Städte sind in ca. 30 Minuten Fahrtzeit mit dem motorisierten Individualverkehr (MIV) zu erreichen und es bestehen Direktverbindungen mit dem Schienen-Personen-Nahverkehr (SPNV) ausgehend vom Bahnhof Euskirchen. Die folgende Grafik stellt die Ergebnisse der Erreichbarkeitsanalyse für den Kreis Euskirchen dar. Dabei sind Gebiete, die mittels MIV in 15 Minuten oder weniger erreichbar sind, in grau, Gebiete, die in 30 Minuten oder weniger erreichbar sind, in grün und Gebiete, die in 60 Minuten oder weniger erreichbar sind, in blau dargestellt. Weiterführend geben die schwarz-weißen Linien Auskunft über SPNV-Trassen, die direkt und ohne Umstieg vom Bahnhof Euskirchen genutzt werden können.¹²

¹¹ Centrum für Hochschulbildung (2024): Einzugsgebiete deutscher Hochschulen und Hochschulwahl nach Landkreisen

¹² HERE Technologies (2025)

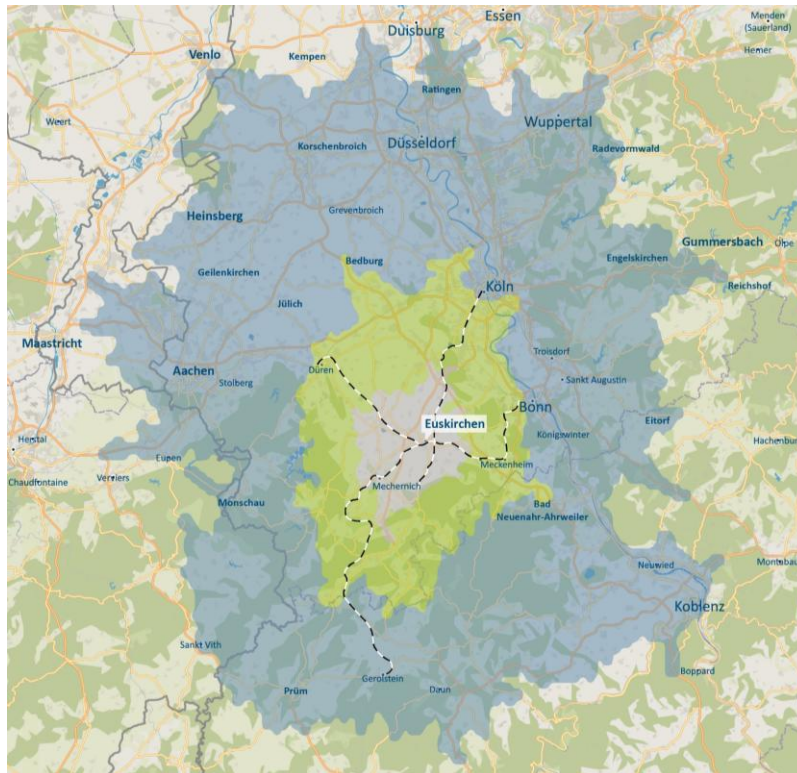


Abbildung 10: Erreichbarkeitsanalyse für den Kreis Euskirchen. Ausgangspunkt Ideenfabrik.

Aufgrund der ländlichen Prägung des Kreises, die insbesondere im Vergleich zu den Räumen Köln/Bonn und Aachen bemerkbar ist, ist die überdurchschnittliche Gründungsaktivität im Kreis Euskirchen von besonderem Interesse. Im Jahr 2024 wurden im Kreis Euskirchen 1.813 Unternehmen angemeldet, während gleichzeitig 1.582 Unternehmen abgemeldet wurden. Insgesamt kam es hierdurch zu einem Zuwachs in der Unternehmenslandschaft von 231 Unternehmen. Bezogen auf die Einwohnerzahl beträgt die Gründungsneigung in Euskirchen 8,95 Gewerbeanmeldungen je 1.000 Einwohner:innen, während dieser Wert im Land Nordrhein-Westfalen mit 8,75 Gewerbeanmeldungen je 1.000 Einwohner:innen etwas geringer ausfällt. Auch wenn dieser Wert deutlich geringer ausfällt als in den benachbarten Metropolen, zeigt der Kreis Euskirchen signifikante Potenziale im Bereich der Unternehmensgründungen.¹³ Hierbei ist zu beachten, dass sich das Gründungsgeschehen in Euskirchen vom Gründungsgeschehen in Ballungszentren unterscheidet. So finden Gründungen im Kreis Euskirchen verglichen mit dem Landestrend überdurchschnittlich häufig im verarbeitenden Gewerbe, der Landwirtschaft und dem Baugewerbe statt, während die Metropolen überdurchschnittliche Gründungsaktivitäten in den Bereichen Gastgewerbe, Information und Kommunikation sowie Verkehr und Lagerei verzeichnen.¹⁴

¹³ Statistisches Landesamt (2025): Gewerbean- und -abmeldungen (ohne Automatenaufsteller) im Jahr 2024 & Bevölkerungsstand nach Altersjahren zum Stichtag 31.12.2024

¹⁴ Statistisches Bundesamt (2025): Gewerbean- und -abmeldungen (ohne Automatenaufsteller) nach Grund der Gewerbean- und -abmeldungen und Wirtschaftsabschnitten im Jahr 2024

3.2 Angebotsstruktur der Ideenfabrik

Die Ideenfabrik befindet sich westlich des Stadtzentrums Euskirchens auf dem Gelände der alten Tuchfabrik. Sie ist über die B 266 sowie die Haltestelle „Alte Tuchfabrik“ verkehrlich angeschlossen. Der Bahnhof Euskirchen und der Anschluss an die Bundesautobahn 1, die eine überregionale Anbindung ermöglichen, sind jeweils ca. 3 Kilometer entfernt. Die Ideenfabrik stellt derzeit ein vielfältiges Raumangebot zur Verfügung, das die Unternehmen aus dem Kreis Euskirchen auf unterschiedliche Weise nutzen können. Die Raumangebote lassen sich hinsichtlich der Nutzungsdauer unterscheiden.

So sind in der Ideenfabrik vier **Doppelbüros** für Gründer:innen mit gestaffelten Mietpreisen eingerichtet worden. Die Mieten richten sich dabei nach dem Alter des Unternehmens und der Nutzung als Ein- oder Zweipersonenbüro. Diese Struktur spricht insbesondere Gründer:innen an, die einen dauerhaften und hochwertigen Standort für ihr Unternehmen benötigen, wobei die graduelle Kostenstruktur die häufig schwierige finanzielle Lage in frühen Gründungsphasen berücksichtigt. Für Gründer:innen und Solo-Selbstständige, die keinen dauerhaften Arbeitsplatz in einem individuellen Büro benötigen, aber dennoch einen Arbeitsort außerhalb der Wohnumgebung benötigen, stellt die Ideenfabrik **Co-Working Arbeitsplätze** zur Verfügung. Hierbei werden die Arbeitsplätze den Nutzer:innen nicht fest zugewiesen und die Preisstruktur, bestehend aus einfach-, zwölf- und Flatrate-Angeboten, ermöglicht den Nutzer:innen ein hohes Maß an Flexibilität. Diese Flexibilität ist für Co-Worker:innen und Büronutzende durch ein digitales und automatisiertes Buchungssystem auch in zeitlicher Betrachtung gegeben, sodass die Mieter:innen die Infrastruktur bedarfsgerecht zu jeder Zeit nutzen können. Das räumliche Angebot für die Mieter:innen und Co-Worker:innen wird durch einen Küchenbereich vervollständigt, der die Zubereitung warmer Speisen ermöglicht.

Neben diesen längerfristig ausgelegten Raumangeboten stehen in der Ideenfabrik drei weitere Raumtypen für kurzfristigere Nutzungen zur Verfügung. Die **Werkstatt** hält vielfältige Möglichkeiten zur Herstellung und Bearbeitung von Gegenständen zur Verfügung. Derzeit ist sie unter anderem mit einem 3D-Drucker, einem Lasercutter sowie klassischen Werkzeugen zur Bearbeitung von Holz und Metall ausgestattet. Sie kann durch die Mieter:innen der Ideenfabrik kostenfrei und als Ort für Demonstrationen und Schulungen genutzt werden. An den Werkstattbereich grenzt ein kleiner Lagerraum, der zur Aufbewahrung benötigter Materialien dient, an. Der **Seminarraum** kann durch die Nutzer:innen der Ideenfabrik oder externe Personen und Institutionen entgeltlich angemietet werden und weist eine hohe räumliche Qualität auf. Durch die Ausstattung mit flexibler Präsentationstechnik eignet sich der Seminarraum für interne und externe Besprechungen sowie die Durchführung von Fortbildungs- und Qualifikationsmaßnahmen. Das zentrale Areal der Ideenfabrik wird durch die **agile Fläche** eingenommen, die multifunktional einsetzbar ist. Finden keine größeren Veranstaltungen in der Ideenfabrik statt, ist sie Standort des Co-Working Angebots, kann jedoch durch Abbau der Tische und Stühle in einen großflächigen Veranstaltungsort mit Bühne verwandelt werden. Dieser eignet sich aufgrund der Verfügbarkeit der „Dancing Wall“, einem mobilen Bildschirm-Arrangement, auch zur Durchführung größerer Besprechungen oder Workshops. Bei Einbeziehung der Bühne kann die agile Fläche für Präsentationen, Preisverleihungen und Podiumsdiskussionen genutzt werden, wobei ausreichend Fläche für eine große Anzahl an Teilnehmenden zur Verfügung steht. Die agile Fläche ist aufgrund ihrer Vielseitigkeit eine wichtige Infrastruktur zur Durchführung vielfältiger Formate aus dem Bereich der Wirtschaftsförderung wie Unternehmensstammtische, Expert:innenvorträge und Workshops.

3.3 Auslastungs- und Nachfrageanalyse

Auf Basis der Auswertung der bereitgestellten Unterlagen werden die Umfrageergebnisse sowie Kennzahlen zur Auslastung von Co-Working, Büros und Veranstaltungsräumen zusammengeführt. Die Ergebnisse der Befragung zur Ideenfabrik (n = 92), die sich an Co-Worker:innen, Kooperationspartner:innen, Veranstaltungsbesucher:innen und Mieter:innen richtete, zeichnen insgesamt ein sehr positives Bild hinsichtlich Nutzung, Wahrnehmung und Wirkung des Angebots. Mit Abstand die meisten Befragten stehen als Teilnehmende bei Veranstaltungen mit der Ideenfabrik in Verbindung. Etwa 10 Prozent der Befragten nutzen die Ideenfabrik darüber hinaus als Co-Worker:innen oder sind als Mieter:in vor Ort ansässig.

Inhaltlich dient die Ideenfabrik den Befragten in erster Linie als Netzwerk- und Austauschplattform oder als Räumlichkeit für die Durchführung von Seminaren und Veranstaltungen. Rund 28 Prozent der Teilnehmenden geben an, die angebotenen Schulungs- und Weiterbildungsformate zu nutzen. Die Nutzung der Werkstatt für den konkreten Prototypenbau spielt hingegen bislang nur eine untergeordnete Rolle.

Die Qualität der Angebote wird insgesamt als gut bis sehr gut bewertet. Gleichzeitig werden die behandelten Themen von den teilnehmenden Unternehmen überwiegend als relevant bis sehr relevant eingeschätzt. Mehr als die Hälfte der Befragten – etwa 65 Prozent – fühlt sich durch die Inhalte der Angebote inspiriert und konnte daraus bereits Anregungen und Ideen für das eigene Unternehmen mitnehmen. Besonders inspirierend wirken dabei die Themen „Transformation im Unternehmen“ und „Digitalisierung“. Diese werden am häufigsten genannt, gefolgt von den Themen „Fachkräfteentwicklung“ und „Ressourceneinsparung“. Mehr als die Hälfte der Befragten gab an, dass aufgrund der Impulse aus der Ideenfabrik bereits erste Nachhaltigkeitsmaßnahmen umgesetzt wurden oder sich aktuell in der Planung befinden.

Die wahrgenommenen Mehrwerte der Ideenfabrik liegen vor allem in den Bereichen Vernetzung und Wissenstransfer. Darüber hinaus werden auch Ideen und Anregungen zum nachhaltigen Wirtschaften als wichtiger Nutzen genannt. Entwicklungspotenziale sehen die Befragten insbesondere in der Vermittlung günstiger Startbedingungen für Gründende sowie im Bereich der Sensibilisierung, etwa für Transformations- und Nachhaltigkeitsthemen.

Die Möglichkeiten zur Vernetzung mit anderen Unternehmen und relevanten Akteuren werden insgesamt als gut bis sehr gut bewertet. Knapp 33 Prozent der Befragten ist es gelungen, konkret neue Partnerschaften oder Kooperationen aus dieser Vernetzung heraus aufzubauen. Hier besteht aus Sicht der Teilnehmenden weiteres Potenzial, bestehende Kontakte stärker in nachhaltige Zusammenarbeit zu überführen.

Ein sehr eindeutiges Bild ergibt sich bei der Frage nach der Fortführung der Ideenfabrik. Insgesamt 92 Prozent der Befragten sprechen sich klar für eine Fortsetzung des Angebots aus, lediglich eine einzelne Rückmeldung lehnt eine Fortführung ab. Für die zukünftige inhaltliche Ausrichtung wünschen sich die Befragten insbesondere weitere Formate in den Bereichen Digitalisierung, zirkuläres Wirtschaften, technologische Entwicklungen sowie im Kontext eines Bündnisses nachhaltiger Unternehmen.

Die Nutzungszahlen unterstreichen zudem die zunehmende Nachfrage: die verfügbaren Doppelbüros sind vollständig ausgelastet und es besteht zudem eine Warteliste. Darüber hinaus gibt es 11 regelmäßige Co-Worker:innen, wovon 5 im Besitz eines Dauerpasses sind. Außerdem gibt es 4 Meldungen von Geschäftsadressen. Insgesamt deutet die Entwicklung der Nutzungszahlen auf eine weiter steigende Nutzung hin.

Im Jahr 2025 verzeichnete die agile Fläche insgesamt 37 Buchungen, die sich in 28 interne Stab-80-Nutzungen, 3 kreisinterne Buchungen sowie 6 externe Nutzungen aufteilen. Durchschnittlich gab es etwa 34 Teilnahmen pro Veranstaltung. Der Seminarraum war mit insgesamt 148 Buchungen insbesondere durch Fortbildungsformate deutlich stärker ausgelastet. Davon entfielen 33 Buchungen auf Stab 80, 10 auf kreisinterne Nutzungen, 83 auf externe Buchungen, 15 auf rabattierte externe Nutzungen sowie 7 Buchungen aus dem kostenfreien Büronutzenden-Kontingent. Die Werkstatt wurde im Jahr 2025 insgesamt 11-mal genutzt. Davon entfielen 8 Buchungen auf Stab 80, 2 auf externe Nutzende und eine auf das kostenfreie Büronutzenden-Kontingent.

Für das Jahr 2026 liegen bisher folgende Nutzungs- und Reservierungszahlen vor, die eine anhaltende Nachfrage unterstreichen: die agile Fläche weist insgesamt 26 Buchungen auf. Diese bestehen aus 19 internen Stab-80-Buchungen, 5 kreisinternen Nutzungen sowie 2 externen Buchungen. Der Seminarraum wurde bisher 66-mal gebucht. Die Aufteilung umfasst 36 Buchungen durch Stab 80, 7 kreisinterne Nutzungen, 1 externe Nutzung, 21 rabattierte externe Buchungen und 1 Nutzung aus dem kostenfreien Büronutzenden-Kontingent. Die Werkstatt verzeichnet bislang 5 Nutzungen, wobei alle durch Stab 80 erfolgt sind. (Stand 01/2026)

In der Detailanalyse der Teilnehmer:innenlisten von Veranstaltungen zwischen dem 12.01.2023 und dem 27.08.2025 konnten mit der „offenen Werkstatt“ (18 Durchführungen), dem „Gründungsstammtisch“ (9 Durchführungen) und „Handwerk trifft Zukunft“ (4 Durchführungen) drei wiederkehrende Veranstaltungsformate identifiziert werden. Die Entwicklung der Anzahl externer Teilnehmer:innen der drei Formate ist in den folgenden Grafiken im Zeitverlauf dargestellt:

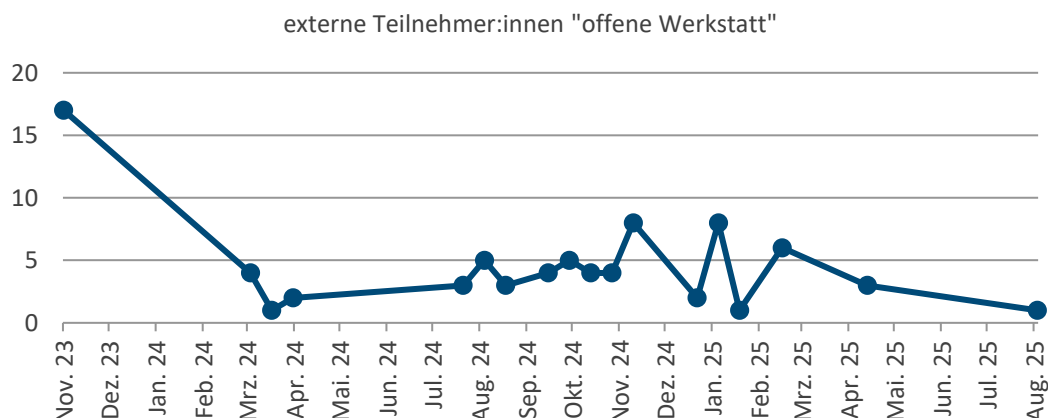


Abbildung 11: Entwicklung der Anzahl an externen Teilnehmer:innen des Formats "offene Werkstatt"

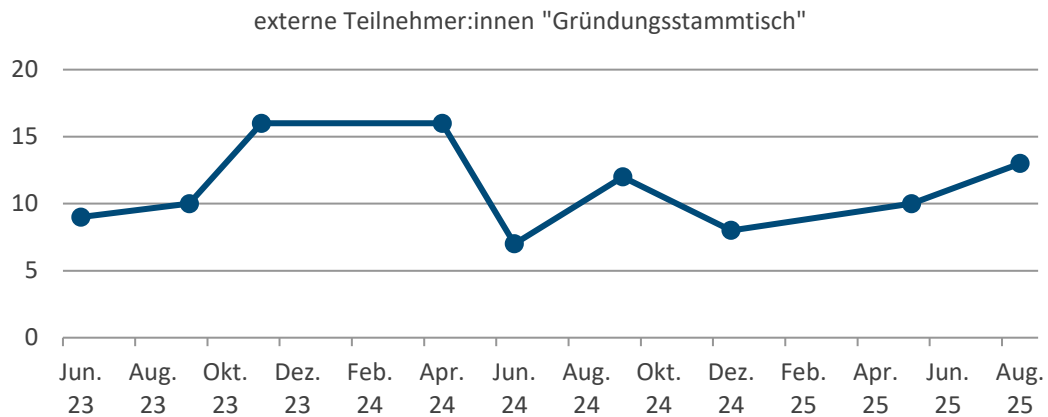


Abbildung 12 Entwicklung der Anzahl an externen Teilnehmer:innen des Formats "Gründungsstammtisch"

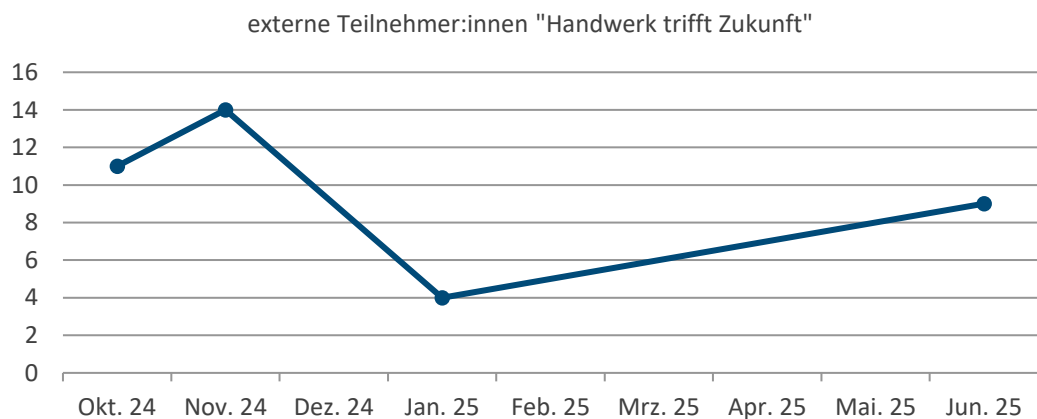


Abbildung 13: Entwicklung der Anzahl an externen Teilnehmer:innen des Formats "Handwerk trifft Zukunft"

Durch das Format „offene Werkstatt“ konnten durchschnittlich (Median) 4 externe Teilnehmer:innen je Durchführung angesprochen werden, für die Formate „Gründungsstammtisch“ und „Handwerk trifft Zukunft“ im Median 10 Teilnehmer:innen. Bei der „offenen Werkstatt“ zeigt sich eine rückläufige Tendenz mit hoher Volatilität der Anzahl an Teilnehmer:innen, sodass vor dem Hintergrund des Aufwandes des Formates und des benötigten technischen Fachwissens zur Bedienung der Geräte eine Fortführung nicht sinnvoll erscheint.

Die Reihen „Gründungsstammtisch“ und „Handwerk trifft Zukunft“ zeigen höhere und konsistentere Teilnehmer:innenzahlen, sodass eine Fortführung und Weiterentwicklung dieser Formate vorgeschlagen werden. Zur konsequenten Weiterentwicklung der Formate ist das informelle und formelle Einholen von Feedback der Teilnehmenden unerlässlich, das in Form von Feedbackbögen oder durch persönliche Gespräche erhoben werden kann. Hierbei sind Informationen über die für die Zielgruppe relevanten Themen, aber auch den organisatorischen Rahmen wie Dauer und Häufigkeit sowie Präferenzen bezüglich des Wochentags und Uhrzeit der Durchführung zu erheben.

Vor diesem Hintergrund sind die für beide Veranstaltungen etablierten Feedbacksysteme fortzuführen und zu verstetigen.

Im Erhebungszeitraum fand die Reihe „SDG Scouts“ zweimal statt, wobei die durchgeführte Teilnehmenden-Umfrage eine positive Rückmeldung von Teilnehmenden und ihren Betrieben erfassen konnte. Eine Fortführung des Programms erscheint, vorbehaltlich angemessener Kosten und ausreichender Nachfrage, sinnvoll. Eine dritte Durchführung findet derzeit statt. Ergänzend wurde eine vierteilige Reihe zum Thema „Nachhaltigkeit“ als Online-Format durchgeführt, die insgesamt 36 Teilnahmen bei 6 bis 12 Teilnehmer:innen je Termin verzeichnen konnte. Die hohe Schwankung deutet darauf hin, dass die Themen „CO₂-Bilanzierung“ und „Fördermöglichkeiten“ für die Unternehmen attraktiver waren als die Themen „Nachhaltigkeitsberichterstattung“ und „Lieferketten-sorgfaltspflicht“.

Neben diesen wiederkehrenden Veranstaltungen und inhaltlichen Reihen fanden 23 Einzelveranstaltungen für die lokalen Unternehmen statt, deren Teilnehmen:innenzahl stark variierte. Eine konkrete Bewertung dieser Formate ist daher nicht möglich.

3.4 Interviewergebnisse

Auf Grundlage von Interviews mit 6 Nutzer:innen und weiteren 6 relevanten regionalen Intermediären aus dem Kreis Euskirchen ergibt sich ein insgesamt stimmiges und weitgehend einheitliches Bild der Wahrnehmung und Nutzung der Ideenfabrik. Sie wird überwiegend als geeigneter „neutraler Ort“ beschrieben, an dem Akteur:innen aus Wirtschaft, Verwaltung und Wissenschaft niedrigschwellig miteinander in Kontakt treten und sich auf Augenhöhe austauschen können. Im Unterschied zum Kreishaus ist die Ideenfabrik deutlich weniger „politisch“ konnotiert, was insbesondere für bestimmte Zielgruppen Hemmschwellen abbaut. Zudem werden mit dem Kreishaus teils negative Verwaltungserfahrungen assoziiert, die Unternehmen von einer Teilnahme abhalten können. Positiv hervorgehoben wird darüber hinaus der Standort in Euskirchen selbst, der für viele Unternehmer:innen kürzere Anfahrtswege bedeutet und damit die Teilnahmebereitschaft an Veranstaltungen erhöht. Ergänzend wird die Ideenfabrik als attraktiver Meeting- und Veranstaltungsort für beispielsweise Unternehmensberater:innen und Dienstleister sowie als wichtige Plattform für Akteur:innen ohne eigene Räumlichkeiten im Kreis wahrgenommen.

Gleichzeitig verweisen sowohl Nutzer:innen als auch Intermediäre auf Anpassungsbedarfe in Kommunikation und Angebotsgestaltung. Der Name „Ideenfabrik“, insbesondere der Zusatz „Nachhaltige Wirtschaft“, wird von Teilen der Zielgruppen als abstrakt und wenig greifbar empfunden, was die Ansprache erschweren kann. Zudem wird berichtet, dass das Thema Nachhaltigkeit bei vielen Unternehmen in den vergangenen Jahren an Relevanz verloren hat und bei Akteur:innen mit einer vergleichsweise ungünstigen Klimabilanz sogar Berührungängste auslösen kann. Für die inhaltliche und organisatorische Weiterentwicklung der Veranstaltungen werden neben thematischen Vertiefungen („Deep Dives“) ausdrücklich stärkere Querschnittsthemen wie Marketing, Steuern, Recht, Personalwesen oder Finanzierung angeregt. Ebenso werden asynchrone sowie hybride Formate als zeitgemäße Ergänzung genannt. Im Gründungskontext steht für viele Interessierte zunächst der unternehmerische Rahmen im Vordergrund; entsprechend besteht Bedarf an Formaten, die auch Personen in der Vorgründungsphase gezielt ansprechen. Darüber hinaus wird der Wunsch nach praxisnahen, positiven Beispielen – etwa zu Innovationen oder erfolgreichen Anpassungsprozessen – betont. Einzelne Angebote mit großer inhaltlicher Tiefe können dabei durchaus als potenziell kostenpflichtig angeboten werden.

Hinsichtlich der Preisgestaltung erscheinen moderate Steigerungen aus Sicht der Befragten überwiegend akzeptabel. Für Co-Working-Angebote wird eine Obergrenze von maximal 25 Euro pro Tag genannt, für Doppelbüros eine monatliche Preisgrenze von etwa 500 Euro. Bei Veranstaltungs- und Seminarräumen wird aufgrund der hohen Qualität teilweise auch eine höhere Zahlungsbereitschaft gesehen. Ein Projektpartner signalisiert grundsätzlich Bereitschaft zur entgeltlichen Nutzung.

Als klarer Alleinstellungsfaktor der Ideenfabrik wird die hohe Aufenthalts- und Raumqualität hervorgehoben. Die Ausstattung ermöglicht gleichermaßen kreative wie konzentrierte Arbeitsphasen, die Räumlichkeiten werden als modern, attraktiv und funktional beschrieben. Besonders positiv bewertet wird zudem die Unterstützung durch die Mitarbeitenden der Wirtschaftsförderung. Vergleichbare Veranstaltungs- und Seminarräume dieser Qualität seien im Kreis Euskirchen nur in sehr begrenztem Umfang verfügbar. Uneinheitlich fällt hingegen das

Feedback zur Bekanntheit und zum Marketing aus. Zwar werden ungenutzte Potenziale in der Außenkommunikation, etwa in Form von sichtbarer platzierten „Erfolgsstories“, identifiziert, zugleich werden Veranstaltungstitel teils als wenig aussagekräftig empfunden. Insgesamt ist die Ideenfabrik bei vielen Unternehmer:innen noch nicht ausreichend bekannt und außerhalb des Kreises Euskirchen bislang keine starke Marke. Zudem nehmen häufig ähnliche Unternehmen an den Veranstaltungen teil, weshalb ein stärker zielgruppenspezifisches Informationssystem – etwa durch auswählbare inhaltliche Schwerpunkte für Hinweise und Einladungen – empfohlen wird.

3.5 Fazit Angebote und Nachfrage

Die Raumangebote der Ideenfabrik werden durch die Nutzer:innen sehr positiv bewertet, wobei die Vermietung der Büros und des Seminarraums sowie die Nutzung der agilen Fläche für Veranstaltungen aufgrund der hohen räumlichen Qualität die beste Resonanz erfährt. Die agile Fläche ist dabei, neben der Vermietung, insbesondere für die effektive Durchführung von Veranstaltungen der Stabsstelle 80 von großer Bedeutung und ist eine wichtige Plattform für die Unterstützung der Unternehmen im Kreis Euskirchen. Eine Anpassung des grundlegenden Angebots ist in diesen Bereichen daher derzeit nicht erforderlich. Gleichzeitig konnten eine geringe Nutzung der Werkstatt sowie eine die Erwartungen unterschreitende Auslastung des Co-Working Angebots festgestellt werden.

Das Co-Working Angebot wird derzeit nicht in dem Umfang genutzt, der bei Konzeption der Ideenfabrik angestrebt wurde. Für das Co-Working Angebot werden keine dedizierten Flächen vorgehalten, da es derzeit auf der agilen Fläche abgebildet wird. Aus diesem Grund ist keine grundlegende Überarbeitung des Angebots notwendig, da durch eine räumliche Anpassung keine Einsparungen oder Einnahmesteigerungen zu erwarten sind. Die Interviews legen nahe, dass der Erfolg von Co-Working Angeboten mit steigender Nutzer:innenanzahl exponentiell zunehmen kann, da eine kritische Masse benötigt wird, um einen signifikanten Netzwerkeffekt auszulösen. Vor diesem Hintergrund sollte eine weitere Vermarktung des Angebots angestrebt werden.

Die Werkstatt hat seit Projektbeginn wenig Nutzung erfahren, da sie für die Zielgruppen weniger relevant ist, als vorab zu erwarten war. Weiterführend weist sie in einigen Bereichen Überlappungen mit anderen Angeboten des Kreises Euskirchen auf. Vor diesem Hintergrund ist es zur Steigerung der finanziellen Stabilität und wirtschaftsfördernden Wirkung der Ideenfabrik erforderlich, die Nutzung des Werkstattbereichs zu überarbeiten, damit diese die Bereiche „Veranstaltungen“ und „Co-Working“ optimal unterstützt. Da es sich hierbei nicht nur um eine räumliche Anpassung, sondern um eine strategische Neuausrichtung handelt, die auch die Verfügbarkeit der anderen Raumtypen betrifft, wird ein mögliches Vorgehen im Kapitel 6 „strategische Maßnahmen“ vorgestellt.

4 Zielgruppen-Canvas

Um die zukünftige Ausrichtung der Ideenfabrik gezielt weiterzuentwickeln, ist ein Verständnis der unterschiedlichen Zielgruppen entscheidend. Die folgenden Zielgruppenprofile zeigen auf, welche spezifischen Herausforderungen, Bedarfe und Potenziale die jeweiligen Akteursgruppen mitbringen und wie die Ideenfabrik ihnen künftig noch passgenauer begegnen kann.

Die Zielgruppen-Canvas veranschaulichen dabei strukturiert, welche Probleme in den einzelnen Gruppen bestehen, welche bestehenden Lösungen bereits am Markt existieren und welche Mehrwerte die Ideenfabrik durch ihre Angebote schafft. Sie dienen als Grundlage, um Angebote weiter zu schärfen, strategische Prioritäten abzuleiten und die Ideenfabrik als zentralen Hub für Wirtschaft, Gründung, Wissenschaft und regionale Entwicklung zu positionieren.

Gründer:innen

Zielgruppe → Wer wird angesprochen?	<ul style="list-style-type: none"> - Gründer:innen im ländlichen Raum, v. a. aus Handwerk, Dienstleistungen und KMU-Ausgründungen. - Personen mit ersten Geschäftsideen, aber ohne umfangreiche Gründungserfahrung - Gründungen, die weniger technologisch getrieben sind und auf die regionalen Bedarfe reagieren
Problem → Welches Problem liegt für die Zielgruppe vor?	<ul style="list-style-type: none"> - Begrenzter Zugang zu Netzwerken und Start-Up-Ökosystemen - Weniger Innovations- und Gründungsökosystem als in Städten - Unsicherheit bei Geschäftsmodellentwicklung und Skalierung - Finanzierung und Markteintritt - Fehlende Austauschmöglichkeiten
Bestehende Lösungen → Welche Lösungen gibt es schon auf dem Markt?	<ul style="list-style-type: none"> - Beratungsangebote bei IHK/HWK/Wirtschaftsförderung - Regionale Gründungsprogramme - Einzelne Co-Working-Angebote → oft wenig spezialisiert, verstreut und wenig vernetzt, kaum auf ländliche Bedarfe zugeschnitten
Werte-Versprechen → Was sind die Mehrwerte der Lösung für die Zielgruppe?	<ul style="list-style-type: none"> - Niedrigschwelliger Einstieg in Gründung und Innovation - Praxisnahe Unterstützung - Zugang zu regionalen Experten und Netzwerken - Orientierung und Entlastung im frühen Aufbau - Konkrete Hilfen für Markteintritt, Prototyping und Geschäftsmodellentwicklung
Lösungsansätze der Ideenfabrik → Was sind die konkreten Eigenschaften des Angebots?	<ul style="list-style-type: none"> - Workshops zu Geschäftsmodellen - Gründungs- und Innovationsevents - Beratung zu Finanzierung und Markteintritt - Mentoring durch regionale KMU - Netzwerk- und Matchingformate - Unterstützung bei Prototyping- und Testangeboten - Co-Working/Anlaufstelle → Nutzung der Ideenfabrik als zentralen Treffpunkt - Veranstaltungen speziell zu ländlichen Gründungsthemen
USP der Ideenfabrik → Was ist das Alleinstellungsmerkmal?	Die Ideenfabrik ist der praxisnahe „Einstiegspunkt“ für Gründungen im ländlichen Raum – mit direktem Zugang zu Know-how, Mentoring, Netzwerk und bietet flexible Arbeits- und Austauschmöglichkeiten.

Adressierte Formate:

- **Gründungsberatung**
- **Gründungsstammtisch**
- **Raumangebot der Ideenfabrik (Co-Working-Space, Doppelbüros)**

Die Formate werden anhand der aktuellen Bedarfe weiterentwickelt. In der derzeitigen Überlegung befinden sich die Formate „Gründungswerkstatt“ und eine kooperierende Veranstaltung mit „Handwerk trifft Zukunft“.

KMU

Zielgruppe → Wer wird angesprochen?	<ul style="list-style-type: none"> - Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) aus dem Kreis Euskirchen und Umgebung - Branchenübergreifend, häufig mit begrenzten Ressourcen für Innovation, Digitalisierung und Transformation
Problem → Welches Problem liegt für die Zielgruppe vor?	<ul style="list-style-type: none"> - Fachkräftemangel: Schwierigkeit, passende Talente zu gewinnen und zu halten - Hohe Energiekosten - Lieferkettenrisiken: Abhängigkeit und Unsicherheit in globalen Lieferketten - Wenig Zeit/Know-how für Innovation - Fehlende niedrigschwellige Austausch- und Unterstützungsangebote: wenig Orte, an denen Herausforderungen praxisnah adressiert werden
Bestehende Lösungen → Welche Lösungen gibt es schon auf dem Markt?	<ul style="list-style-type: none"> - Regionale IHK/HWK - Branchenbezogene Netzwerke & Verbände - Beratungsangebote - Förderprogramme <p>→ oft zu allgemein, unübersichtlich oder nicht praxisnah genug.</p>
Werte-Versprechen → Was sind die Mehrwerte der Lösung für die Zielgruppe?	<ul style="list-style-type: none"> - Praxisorientierte Unterstützung, die an die realen KMU-Herausforderungen ansetzt - Relevanter Themenfokus (Fachkräfte, Energie, Lieferketten) - Einfacher Zugang zu Innovation und Transformation - Klare Orientierung: die Ideenfabrik fungiert als Wegweiser durch Angebote, Tools, Netzwerke und Förderungen - Austausch auf Augenhöhe mit anderen KMU und Expert:innen
Lösungsansätze der Ideenfabrik → Was sind die konkreten Eigenschaften des Angebots?	<ul style="list-style-type: none"> - Themenspezifische und KMU-orientierte Events - Kompakte Innovationsworkshops und Labs: kurze, kompakte Formate zur Erprobung neuer Technologien und Ideen - Beratungs- und Scouting-Angebote zu Fördermitteln, Transformationswegen - Pilotprojekte mit KMU zur Anwendung neuer Lösungen - Vernetzung (regelmäßige KMU-Roundtables, Best-Practice-Sharing) - Gebündelte Partnerangebote (IHK, Hochschulen)
USP der Ideenfabrik → Was ist das Alleinstellungsmerkmal?	Die Ideenfabrik unterstützt KMU praxisorientiert bei betriebsrelevanten Transformations- und Zukunftsthemen (z. B. Fachkräfte, Energie, Lieferketten) durch vielfältige Angebotsformate und einen Austausch auf Augenhöhe.
Adressierte Formate u.a.: <ul style="list-style-type: none"> - Bündnis Nachhaltige Unternehmen - Seminarreihe „Nachhaltige Unternehmensentwicklung“ - Weiterbildung SDG-Scouts - Innovationstransferprojekte - Handwerk trifft Zukunft 	

Regionale Netzwerkakteure

Zielgruppe → Wer wird angesprochen?	<ul style="list-style-type: none"> - Regionale Kammern und Wirtschaftsförderer wie IHK oder AGIT - Verantwortliche für Veranstaltungen, Weiterbildung, Gründungsberatung und Netzwerkformate - Ziel: Bereitstellung von Veranstaltungen und Programmen für KMU, Gründer:innen, Studierende und Corporates
Problem → Welches Problem liegt für die Zielgruppe vor?	<ul style="list-style-type: none"> - Begrenzte passende Veranstaltungsorte in der Region für unterschiedliche Zielgruppen und Formate - Organisationsaufwand (Räume, Ausstattung, Erreichbarkeit) - Bedarf an flexibler, praxisnaher Location für verschiedene Veranstaltungen - Koordination verschiedener Stakeholder - Sichtbarkeit der eigenen Angebote
Bestehende Lösungen → Welche Lösungen gibt es schon auf dem Markt?	<ul style="list-style-type: none"> - Kammerinterne Räume: begrenzt, wenig flexibel, nicht repräsentativ - Externe Tagungsräume: teuer, wenig regional - Hochschul- und Co-Working-Kooperation: kaum auf KMU-Praxis ausgerichtet → Fehlende integrierte Lösung
Werte-Versprechen → Was sind die Mehrwerte der Lösung für die Zielgruppe?	<ul style="list-style-type: none"> - Flexibler, zentraler Austragungsort für verschiedene Veranstaltungsformate - Niederschwelliger Zugang zu regionalen Akteuren (KMU, Gründung, Studierende, Corporates) - Technische Ausstattung für hybride und analoge Formate - Erleichterte Organisation durch bereitgestellte Räume, Ausstattung und Netzwerkzugang - Erhöhte Sichtbarkeit regionaler Programme
Lösungsansätze der Ideenfabrik → Was sind die konkreten Eigenschaften des Angebots?	<ul style="list-style-type: none"> - Bereitstellung flexibler Veranstaltungsräume für verschiedene Formate - Technische Ausstattung: WLAN, Beamer, Moderationstools, Hybridtechnik - Vernetzung mit den Nutzern der Ideenfabrik (KMU, Gründungen, Corporates und Studierenden) - Organisatorische Unterstützung - Plattform für eigene Programme
USP der Ideenfabrik → Was ist das Alleinstellungsmerkmal?	Die Ideenfabrik ist ein leicht zugänglicher Veranstaltungsort in der Region: moderne, repräsentative und technisch gut ausgestattete Räume, kombiniert mit organisatorischer Entlastung und direktem Zugang zu relevanten Zielgruppen. So lassen sich Veranstaltungsformate effizienter umsetzen und sichtbarer machen.

Adressierte Formate:

- **Raumangebot der Ideenfabrik (Seminarraum, agile Fläche)**
- **Bündnis Nachhaltige Unternehmen**
- **Kooperierende Formate (Beratungsangebote, Handwerk trifft Zukunft, etc.)**

Bildungs- und Forschungsakteure

Zielgruppe → Wer wird angesprochen?	<ul style="list-style-type: none"> - Hochschulen, Fachbereiche und Forschungseinrichtungen, die Kooperationen mit ländlichen KMU umsetzen - BZE und Berufskollegs - Nutzung der Ideenfabrik als Außenposten für Veranstaltungen (Seminare, Workshops, Projekte, etc.) - Fokus auf den ländlichen Raum: Hochschule bringt Wissen zu den Unternehmen
Problem → Welches Problem liegt für die Zielgruppe vor?	<ul style="list-style-type: none"> - Erschwerter Zugang zu regionalen KMU - Hoher organisatorischer Aufwand für KMU-Kooperationen - Fehlende flexible Räume außerhalb des Campus - Unflexible Hochschulstrukturen für angewandte Forschung - Fehlende Plattformen für Wissenstransfer in die lokale Wirtschaft
Bestehende Lösungen → Welche Lösungen gibt es schon auf dem Markt?	<ul style="list-style-type: none"> - Campusbasierte Labore, Seminare und Forschungsprojekte - Kooperationen mit Unternehmen, Start-Ups, ländliche KMU oft schwer erreichbar - Drittmittel- und Forschungsförderungsprogramme - Netzwerke wie Innovations- und Technologietransferstellen → oft wenig praxisnah oder auf ländliche KMU zugeschnitten
Werte-Versprechen → Was sind die Mehrwerte der Lösung für die Zielgruppe?	<ul style="list-style-type: none"> - Regionaler Praxisbezug: Hochschule kommt zu den KMU, statt umgekehrt - Niedrigschwelliger Zugang zu KMU und regionalen Partnern für praxisnahe Projektmöglichkeiten (Abschlussarbeiten, etc.) - Flexible Räume für Seminare, Workshops und Experimente außerhalb des Campus - Förderung angewandter Forschung und Wissenstransfer und Stärkung der regionalen Innovationskraft
Lösungsansätze der Ideenfabrik → Was sind die konkreten Eigenschaften des Angebots?	<ul style="list-style-type: none"> - Bereitstellung von flexiblen Veranstaltungs- und Projekträumen - Direkte Projektkooperationen mit KMU - Interaktive Formate: Innovationslabs und Workshops - Sprechstunden und Beratungen: Matching zu regionalen Partnern und Fördermitteln - Netzwerkangebote: Austausch zwischen Hochschule, KMU, Gründungen und Corporates - Nutzung der Ideenfabrik als regional sichtbare Forschungsplattform
USP der Ideenfabrik → Was ist das Alleinstellungsmerkmal?	Die Ideenfabrik fungiert als Brücke in den ländlichen Raum: ein Ort, um angewandte Projekte, Transferformate und Kooperationen mit regionalen KMU und Gründungen niedrigschwellig umzusetzen und sichtbar zu machen.
Adressierte Formate: <ul style="list-style-type: none"> - Innovationstransferprojekte 	

Corporates

Zielgruppe → Wer wird angesprochen?	<ul style="list-style-type: none"> - Versicherungen und große Unternehmen (Corporates) aus Köln/Bonn und Umgebung, die dezentrale Teams in der Ideenfabrik ansiedeln oder Innovations- und Gründungsförderung betreiben (z.B. RTL, Deutsche Post, Telekom, Harbio, Rewe, Bayer)
Problem → Welches Problem liegt für die Zielgruppe vor?	<ul style="list-style-type: none"> - Geringer Zugang zu regionalen KMU, Gründungen und Talenten - Dezentrale Teams benötigen flexible Räume und Infrastrukturen, ohne in die städtischen Zentren pendeln zu müssen - Wenige geeignete Formate für Wissenstransfer, Mentoring und Sichtbarkeit
Bestehende Lösungen → Welche Lösungen gibt es schon auf dem Markt?	<ul style="list-style-type: none"> - Unternehmensinterne Labs in den urbanen Zentren - Partnerschaften mit Universitäten, Inkubatoren und Acceleratoren - Externe Events und Konferenzen im urbanen Raum <p>→ oft wenig regionalen Bezug und selten niedrige Eintrittsbarrieren für KMU, Gründungen und lokale Initiativen</p>
Werte-Versprechen → Was sind die Mehrwerte der Lösung für die Zielgruppe?	<ul style="list-style-type: none"> - Regionaler flexibler Innovations- und Arbeitsort, der dezentrale Präsenz ermöglicht - Direkter Zugang zu regionalen Akteuren (KMU, regionalen Talenten) - Möglichkeit als Speaker/Mentor aktiv zu werden - Effiziente Nutzung von Teamressourcen: flexible Räume, Infrastruktur, Veranstaltungsformate - Positionierung als Innovations- und Förderakteur in der Region
Lösungsansätze der Ideenfabrik → Was sind die konkreten Eigenschaften des Angebots?	<ul style="list-style-type: none"> - Bereitstellung flexibler Büro- und Teamarbeitsplätze für dezentrale Teams - Teilnahme als Speaker oder Mentor bei Ideenfabrik-Events, Workshops und Roundtables - Matchmaking-Formate: Corporates treffen KMU, Gründer:innen und Hochschulen - Veranstaltungsreihen: Unternehmens-Know-how und Best Practices werden sichtbar, Austausch gefördert - Netzwerk- und Kooperationsangebote: Projekte, Pilotierungen oder Innovationspartnerschaften - Nutzung der Ideenfabrik als regional sichtbare Innovationsplattform <p>→ oft wenig regionalen Bezug und selten niedrige Eintrittsbarrieren für KMU, Gründungen und lokale Initiativen</p>
USP der Ideenfabrik → Was ist das Alleinstellungsmerkmal?	<p>Die Ideenfabrik dient als regionale Anlaufstelle für dezentrale Teams und Kooperationen. Sie bietet niedrigschwellige Kontakt- und Matchingmöglichkeiten zu KMU, Gründungen und Talenten sowie eine Plattform, um eigenes Know-how – etwa als Mentor oder Speaker – wirkungsvoll einzubringen.</p>

Adressierte Formate:

- **Raumangebot der Ideenfabrik (Co-Working-Space, Seminarraum)**

Studierende

Zielgruppe

→ Wer wird angesprochen?

- Studierende aus Hochschulen der Region, sowohl Präsenz- als auch Fernstudierende
- Studierende, die temporär alternativen Lern- und Arbeitsräume suchen
- Personen, die ein Home-Studium oder Lernen außerhalb des Campus bevorzugen
- Zielgruppenrollen: Einzelstudierende, Projektgruppen, Lerngruppen, studentische Initiativen

Problem

→ Welches Problem liegt für die Zielgruppe vor?

- Begrenzte Lern- und Gruppenarbeitsräume außerhalb des Campus
- Home-Studium kann isolierend sein, fehlender Austausch mit Kommiliton:innen
- Bibliotheken und Lernräume sind oft ausgelastet oder unflexibel
- Fehlende Infrastruktur für Projektarbeiten und hybrides Lernen (Drucker-/Scan-Möglichkeiten, Meetingräume)
- Weite Pendelwege für Studierende aus dem ländlichen Raum

Bestehende Lösungen

→ Welche Lösungen gibt es schon auf dem Markt?

- Campus-Bibliotheken und Lernräume
- Cafés oder private Arbeitsplätze
- Home-Study
- Kostenpflichtige Co-Working-Spaces
- meist unflexibel, überfüllt oder wenig studentenspezifisch

Werte-Versprechen

→ Was sind die Mehrwerte der Lösung für die Zielgruppe?

- Niedrigschwelliger, ruhiger Lern- und Arbeitsort außerhalb von Campus und Zuhause
- Flexible Nutzung für Einzel- und Gruppenarbeit
- Technische Ausstattung durch schnelles WLAN, Drucker, Beamer, etc.
- Kollaboratives Umfeld durch Austausch mit Studierenden, KMU und Gründungen
- Ergänzung/Alternative zur Bibliothek

Lösungsansätze der Ideenfabrik

→ Was sind die konkreten Eigenschaften des Angebots?

- Flexible Lern- und Projektarbeitsplätze
- Veranstaltungsräume für Gruppenarbeiten und Initiativen
- Hybrid-Infrastruktur (WLAN, Beamer, Drucker)
- Networking und Community-Angebote
- Option für temporäres Home-Study-Alternativprogramm als ruhige, inspirierende Lernumgebung außerhalb der eigenen Wohnung

USP der Ideenfabrik

→ Was ist das Alleinstellungsmerkmal?

Die Ideenfabrik bietet Studierenden einen niedrigschwelligen, flexiblen Lern- und Arbeitsort außerhalb von Campus und Zuhause – eingebettet in ein Innovationsumfeld, das Austausch mit Unternehmen und Gründungen ermöglicht.

Adressierte Formate:

- **Raumangebot der Ideenfabrik (Co-Working-Space, Seminarraum)**

5 Leitlinien

Die Ableitung der Leitlinien für die Fortführung der Ideenfabrik basiert auf einem integrierten Analyseprozess, der quantitative Daten, qualitative Einschätzungen sowie zielgruppenbezogene Erkenntnisse systematisch miteinander verknüpft. Der Prozess folgte dem in Abbildung 2 dargestellten Ablauf und mündete in einem strategischen Orientierungsrahmen, der die Grundlage für die beschriebenen Leitlinien bildet.

Ausgangspunkt des Prozesses war die Analyse der wirtschaftlichen Entwicklung des Kreises Euskirchen. Hier wurden zentrale Indikatoren wie Produktivität, Branchenstruktur, Beschäftigungsdynamik und Pendlerverflechtungen untersucht, um regionale Rahmenbedingungen und strukturelle Herausforderungen zu erfassen. Ergänzend wurde die Angebotsstruktur der Ideenfabrik im Detail bewertet und mit Auslastungs- und Nachfragedaten abgeglichen. Diese quantitativen Auswertungen ermöglichten eine belastbare Einschätzung darüber, welche Raum- und Angebotskomponenten gut funktionieren, wo Potenziale bestehen und an welchen Stellen Anpassungsbedarf erkennbar wird.

Um diese Ergebnisse um nutzerbezogene Perspektiven zu ergänzen, wurden Interviews mit Nutzer:innen und regionalen Intermediären durchgeführt. Diese machten deutlich, wie unterschiedlich die Zielgruppen die Ideenfabrik nutzen, welche Hemmnisse bestehen und welche Erwartungen an eine Weiterentwicklung formuliert werden. Die Rückmeldungen boten wertvolle Einblicke in die Wahrnehmung der räumlichen Qualität, die Relevanz einzelner Angebote, bestehende Unsicherheiten im Außenauftritt sowie Chancen zur thematischen und organisatorischen Weiterentwicklung.

Die gewonnenen Erkenntnisse wurden anschließend in einer Zielgruppen-Canvas aufbereitet. Diese stellt zentrale Akteursgruppen dar – strukturiert nach ihren Bedarfen, den damit verbundenen Herausforderungen sowie den von der Ideenfabrik gebotenen Lösungen und Mehrwerten. Die Zielgruppen-Canvas bilden den Übergang vom analytischen Teil des Prozesses hin zur strategischen Ausrichtung, indem es sichtbar macht, welche Anforderungen die verschiedenen Gruppen an die Ideenfabrik stellen und welche Positionierung daraus abgeleitet werden kann.

Die Kombination aus Datenanalyse, qualitativer Rückmeldung und Zielgruppenbetrachtung mündete schließlich in der Entwicklung der Leitlinien, die den strategischen Rahmen der zukünftigen Ausrichtung abbilden. Sie fassen die zentralen Schlussfolgerungen der vorangegangenen Arbeitsschritte zusammen. Die Leitlinien wurden im Rahmen eines Workshops mit den verantwortlichen Akteuren der Ideenfabrik diskutiert, reflektiert und konsolidiert.

Dieser Abstimmungsprozess stellte sicher, dass die Leitlinien sowohl analytisch fundiert als auch institutionell getragen sind und damit eine belastbare Grundlage für die anschließende Entwicklung der strategischen Maßnahmen bilden.

Leitlinien für die zukünftige Ausrichtung der Ideenfabrik

- **Ländliche Gründungen zielgenau adressieren:**
Gründungen im ländlichen Raum unterscheiden sich strukturell von universitätsnahen

Start-ups und erfordern angepasste Unterstützungsansätze, die stärker auf regionale Bedarfe und Marktpotenziale ausgerichtet sind.

- **KMU in den Mittelpunkt stellen:**
Kleine und mittlere Unternehmen sind das Rückgrat der Wirtschaft im Kreis Euskirchen und benötigen insbesondere bei Transformationsprozessen eine praxisnahe, niedrighschwellige und kontinuierliche Unterstützung.
- **Nutzen für regionale Wirtschaft konsequent fokussieren:**
Gegenüber Unternehmen, Politik und Verwaltung ist der konkrete wirtschaftliche Mehrwert der Ideenfabrik – sowohl durch einzelne Maßnahmen als auch in der Gesamtschau – klar, nachvollziehbar und regelmäßig darzustellen.
- **Thematische Breite stärken:**
Der Begriff Nachhaltigkeit wird von Teilen der Zielgruppen nicht als umfassend verstanden und kann dazu führen, dass man sich als Zielgruppe identifiziert. Die inhaltliche Ausrichtung der Ideenfabrik sollte daher breiter gefasst werden und alle wirtschaftsförderungsrelevanten Themen adressieren.
- **Erfolgreiche Formate systematisch übertragen:**
Bewährte und positiv bewertete Formate bilden eine belastbare Grundlage, um Akzeptanz, Reichweite und Wirkung der Ideenfabrik durch Übertragung auf weitere Angebote gezielt auszubauen.
- **Wirtschaftlichkeit dauerhaft absichern:**
Als öffentliche wirtschaftsfördernde Infrastruktur kann die Ideenfabrik nicht kostendeckend betrieben werden; vor dem Hintergrund der Haushaltslage des Kreises ist eine nachhaltige Begrenzung des Finanzierungsbedarfs jedoch von zentraler Bedeutung.
- **Raum Köln/Bonn stärker strategisch einbinden:**
Der Großraum Köln/Bonn bietet aufgrund seiner wissenschaftlichen, wirtschaftlichen und institutionellen Dichte ein erhebliches Potenzial für Kooperationen, von denen Unternehmen und Akteure im Kreis Euskirchen gezielt profitieren können.

6 Strategische Maßnahmen

Um die zuvor dargestellten Leitlinien der Ideenfabrik zu verwirklichen, sind gezielte Maßnahmen auf strategischer Ebene erforderlich. Diese entsprechen einer Justierung der Aktivitäten im Kontext der auslaufenden Förderung und der damit verbundenen Einschränkungen und Auflagen. Die benötigten strategischen Maßnahmen können hierbei in 3 Teilbereiche untergliedert werden, die im Folgenden vorgestellt werden. Auf den anschließenden Seiten finden Sie eine steckbriefartige Darstellung der Einzelmaßnahmen.

Teilbereich 1: Steigerung der Auslastung

Wie in Kapitel 3.3 dargestellt wurde, gestaltet sich die Auslastung der unterschiedlichen Raumtypen der Ideenfabrik sehr heterogen. Eine allgemeine Steigerung der Auslastung ist ein zentraler Hebel zum Ausbau der positiven Effekte, die die Ideenfabrik auf den Wirtschaftsstandort haben kann, während dies gleichzeitig zur Reduktion des Finanzierungsbedarfs beiträgt. Vor diesem Hintergrund sind in diesem Bereich zwei strategische Maßnahmen vorgesehen:

1. Umnutzung der Werkstatt
2. Thematische Öffnung der Ideenfabrik

Teilbereich 2: Struktur und Sichtbarkeit

Die extern wahrgenommene Struktur der Ideenfabrik ist durch die Entstehung als Förderprojekt komplex. Gleichzeitig erfolgte die geografische Vermarktung und Partnerakquise insbesondere in der Region Aachen. Weiterführend konnten im Rahmen der Interviews sehr unterschiedliche Einschätzungen zur Bekanntheit der Ideenfabrik gewonnen werden. Vor diesem Hintergrund zielen die drei strategischen Maßnahmen in diesem Teilbereich darauf ab, die organisatorischen Strukturen zwischen Ideenfabrik und Wirtschaftsförderung für Außenstehende zu vereinfachen sowie durch Marketing und eine Erweiterung des Netzwerks eine höhere Sichtbarkeit der Ideenfabrik zu erzielen. Der Teilbereich enthält folgende strategische Maßnahmen:

3. Institutionelle Positionierung
4. Vermarktung der Raum- und Nutzungsangebote
5. Stärkere Integration in den Raum Köln/Bonn
6. Monitoring der internen Strukturen

Teilbereich 3: Stärkung der finanziellen Lage

Aufgrund der angespannten Haushaltslage des Kreises Euskirchen sowie seiner Kommunen gilt es, trotz der positiven Effekte der Ideenfabrik auf die regionale Wirtschaft, den Finanzierungsbedarf der Ideenfabrik möglichst gering zu halten, ohne die Leistungsfähigkeit der Einrichtung zu beschneiden. Für diesen Teilbereich sind drei strategische Maßnahmen vorgesehen:

7. Preisanpassung nach Ablauf der Förderung
8. Einwerbung von Drittmitteln
9. Indexbasierte Preisfortschreibung

6.1 Teilbereich 1: Steigerung der Auslastung

Umnutzung der Werkstatt

Beschreibung

- Austausch der klassischen Maschinen und Geräte zur Bearbeitung von Metall und Holz inkl. der Prüfung einer Weiternutzung durch andere Einrichtungen des Kreises.
- Ausstattung mit Bestuhlung und Tischen ähnlich der agilen Fläche.
- Einpflegung als buchbaren Raum in das Buchungssystem.
- Flexible Nutzung der digitalen Angebote, als Ausweichflächen für Co-Worker:innen bei Nutzung der agilen Fläche und als Besprechungsraum.
- Als Preisgestaltung wird für eine erste Erprobung ein Preis von 80 Euro je Nutzung als Besprechungsraum sowie eine zusätzliche Zahlung von 50 Euro zur Nutzung von Präsentationstechnik (Dancing Wall oder Monitor „Eingangsbereich“) angestrebt.

Hintergrund

- Die Werkstatt erfährt derzeit nur eine geringe Nutzung. Insbesondere die Bearbeitungsmöglichkeiten von Holz und Metall sind wenig nachgefragt und können keiner konkreten Nutzergruppe zugeordnet werden.
- Die Häufigkeit der Nutzung der agilen Fläche wird derzeit mit Rücksicht auf die Co-Worker:innen eingeschränkt.
- Besprechungsmöglichkeiten sind intern wie extern sehr beliebt.

Potenziale

- Steigerung der Nutzbarkeit der agilen Fläche für Veranstaltungen, da Co-Worker:innen die umgestaltete Werkstatt als Ersatzangebot vermittelt werden kann.
- Schaffung weiterer Einnahmen durch die Nutzung als Besprechungsraum.
- Verbesserung der Auslastung der Räumlichkeiten, die aktuell wenig Nutzung erfahren.

Risiken

- Potenziell kann die Nutzung der Werkstatt als Besprechungsraum in Konkurrenz mit dem Seminarraum treten. Diese Gefahr wird durch eine entsprechende Preis- und Angebotsgestaltung adressiert.
- Die entfallenden Möglichkeiten zur Bearbeitung von Holz und Metall können für einzelne potenzielle Nutzer:innen nachteilig sein. Entsprechende Angebote werden im BZE vorgehalten, sodass eine aktive Vermittlung angestrebt werden sollte.

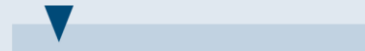
Wirtschaftlicher Hebel

gering mittel hoch



Zeithorizont

Kurzfristig Mittelfristig Langfristig



Thematische Öffnung der Ideenfabrik

Beschreibung

- Derzeit führt die Ideenfabrik den Namen „Ideenfabrik Nachhaltige Wirtschaft“.
- Angestrebt wird eine thematische Öffnung der Ideenfabrik mit Ablauf der Förderungsperiode.
- Die Öffnung soll sich dabei auch in einer Änderung des Namenszusatzes ausdrücken.
- Zukünftig sollen alle Themen, die im Kontext Wirtschaftsförderung relevant sind, in der Ideenfabrik platziert werden können.

Hintergrund

- Die diversifizierte Wirtschaftsstruktur stellt eine Vielzahl an Anforderungen an Wirtschaftsförderung, die nicht vollständig mit dem Begriff der Nachhaltigkeit beschrieben werden können.
- Für einzelne Unternehmen, insbesondere aus dem produzierenden Sektor oder dem Handwerk, kann der Fokus auf Nachhaltigkeit abschreckend wirken.
- Aufgrund geopolitischer Spannungen ist das Thema Nachhaltigkeit bei einigen Unternehmen derzeit weniger stark im Fokus als noch vor wenigen Jahren.

Potenziale

- Durch die Öffnung wird die Ideenfabrik zum inhaltlich neutralen Ort, an dem Wirtschaftsförderung im Kreis Euskirchen stattfinden kann.
- Zielgruppen, die sich bisher nicht angesprochen sahen, können potenziell besser adressiert werden.
- Den vor Ort handelnden Personen wird zusätzliche Handlungs- und Gestaltungsfreiheit bei der Umsetzung vor Ort ermöglicht.

Risiken

- Über die Projektlaufzeit wurde der Name etabliert. Eine Änderung könnte zu Handlungsunsicherheit bei bestehenden Nutzer:innen führen.
- Ohne eindeutigen Fokus besteht die Möglichkeit, dass die Ideenfabrik an Profil verliert.

Wirtschaftlicher Hebel



Zeithorizont



6.2 Teilbereich 2: Struktur und Sichtbarkeit

Institutionelle Positionierung

Beschreibung

- Es wird keine dedizierte Vermarktung von Veranstaltungen durch die Marke „Ideenfabrik Nachhaltige Wirtschaft“ vorgenommen.
- Ziel ist die strukturelle Einheit aus Ideenfabrik und Stabsstelle klar nach außen zu kommunizieren. Hierbei ist die Ideenfabrik in erster Linie eine Infrastruktur zur Durchführung von Veranstaltungen und Maßnahmen der Wirtschaftsförderung.
- Es gibt keine dedizierten Veranstaltungen der Ideenfabrik. Die Ideenfabrik ist Teil der Wirtschaftsförderungsmaßnahmen im Kreis Euskirchen.

Hintergrund

- Vor dem Hintergrund der Förderung der Ideenfabrik wurde „Ideenfabrik Nachhaltige Wirtschaft“ als eigenständige Marke etabliert.
- Eine Trennung des Außenauftritts war aufgrund der Einrichtung der Ideenfabrik als Förderprojekt erforderlich.
- Die inhaltlichen Themen der Ideenfabrik wurden bereits durch personelle Ressourcen der Stabsstelle 80 bearbeitet.
- Für einige Nutzer:innen ist die Unterscheidung zwischen Stabsstelle und Ideenfabrik derzeit nicht intuitiv nachvollziehbar.

Potenziale

- Durch die Auflösung der vorhandenen Unsicherheiten wird das Angebot für die Nutzer:innen deutlich mit der Wirtschaftsförderung und dem Kreis Euskirchen verknüpft.
- Durch die klare Trennung von inhaltlichen und räumlichen Angeboten entfallen Entscheidungsprozesse im Bereich Marketing.
- Die Ideenfabrik wird klar als Ort der Wirtschaftsförderung positioniert.

Risiken

- Die Reorganisation kann kurzfristig zu zusätzlichem personellen Aufwand führen, denn die Neuordnung von Zuständigkeiten, Kommunikation und Prozessen erfordert anfänglich zusätzlichen Abstimmungsaufwand

Wirtschaftlicher Hebel



Zeithorizont



Vermarktung der Raum- und Nutzungsangebote

Beschreibung

- Die Vermarktung der Raumangebote der Ideenfabrik ist auch nach Ablauf der Förderperiode erforderlich. Dabei liegt der Fokus auf der Vermarktung der Ideenfabrik als Co-Working Space, Büro und Veranstaltungsfläche.
- Die Vermarktung von Veranstaltungen in der Ideenfabrik erfolgt nicht über die Marke Ideenfabrik.
- Zur Aufrechterhaltung der Marketingmaßnahmen ist ein jährliches Budget vorzusehen.
- Die Erstellung eines Marketingkonzepts für das Raumangebot ist zu prüfen.

Hintergrund

- Bisher wurden die Angebote der Ideenfabrik und der Stabsstelle 80 aufgrund der durch das Förderprojekt nötigen Trennung nebeneinander vermarktet.
- In den Interviews wurden die bisherigen Marketingaktivitäten, die aus einem Mix aus digitaler und analoger Werbung bestanden, unterschiedlich bewertet.

Potenziale

- Die inhaltliche Trennung im Bereich der Außenvermarktung ermöglicht eine genauere Zuweisung der Kosten innerhalb der Stabsstelle 80.
- Eine verstärkte und gezielte Vermarktung des Raumangebots kann neue Kund:innen und Zielgruppen erschließen und die Einnahmen der Ideenfabrik aus verschiedenen Vermietungsangeboten erhöhen.

Risiken

- Die Ausrichtung der Marketingaktivitäten ist mit zusätzlichen Kosten verbunden.
- In den Interviews wurden sehr unterschiedliche Bewertungen der bisherigen Vermarktung abgegeben, die sich auch zukünftig nicht vollständig miteinander kombinieren lassen.

Wirtschaftlicher Hebel



Zeithorizont



Stärkere Integration in den Raum Köln/Bonn

Beschreibung

- Angestrebt wird der verstärkte Aufbau von Netzwerken in der Region Köln/Bonn.
- Hierbei sind insbesondere wissenschaftliche Einrichtungen und Akteure aus dem Bereich Wirtschaftsförderung zu berücksichtigen.
- Auch große Unternehmen aus der Region Köln/Bonn mit einer großen Mitarbeiterbasis im Kreis Euskirchen sind eine wichtige Zielgruppe.
- Bestehende Netzwerke im Raum Aachen durch die Kammerzugehörigkeiten und Beteiligung an der AGIT sollen in diesem Zuge ausdrücklich nicht abgebaut werden.

Hintergrund

- Die Pendlerbeziehungen zeigen einen starken Bezug der Einwohner:innen des Kreises in Richtung Rheinland.
- Für Schulabsolvent:innen aus dem Kreis Euskirchen befinden sich die wichtigsten Hochschulen im Raum Köln/Bonn.
- Die Städte Köln und Bonn sowie das rheinländische Umland sind mit dem MIV und insbesondere mit dem ÖPNV gut angebunden.
- Es erfolgte der politische Beschluss dem Region Köln/Bonn e. V. als Vollmitglied beizutreten und den Region Aachen Zweckverband zu verlassen.

Potenziale

- Im Raum Köln/Bonn gibt es ein großes Potenzial an wissenschaftlichen Partnern, die großes Potenzial für Innovationsherausforderungen bieten.
- Die gute verkehrliche Verbindung zwischen Köln/Bonn und dem Kreis Euskirchen, insbesondere der Ideenfabrik, kann die Kooperation vereinfachen.
- Die Ideenfabrik als Ort war zentral bei der Etablierung des Kreises in regionalen Netzwerken. Diese Erfahrungen können in der Region Köln/Bonn eingesetzt werden.

Risiken

- Die begonnene verstärkte Ausrichtung in Richtung des Rheinlandes kann von bestehenden Partner:innen als Abkehr vom Raum Aachen verstanden werden.
- Der Aufbau von Netzwerken ist zeitintensiv und erste Erfolge werden erst mit Zeitverzug realisiert werden können.

Wirtschaftlicher Hebel



Zeithorizont



Monitoring der internen Strukturen

Beschreibung

- Ziel ist die regelmäßige Prüfung von strukturellen Eigenschaften des Produkts Ideenfabrik hinsichtlich Optimierungspotenzialen.
- Im Fokus stehen dabei die Hebung von Verbesserungsansätzen, um z.B. durch weitere Digitalisierung und Nutzung bestehender Strukturen den mit der Ideenfabrik verbunden zeitlichen und finanziellen Aufwand zu optimieren.

Hintergrund

- Die wirtschaftlichen Strukturen und Rahmenbedingungen befinden sich dauerhaft in Veränderungsprozessen.
- Die Angebote und damit verbundenen Strukturen müssen sich diesem Wandel kontinuierlich anpassen können.

Potenziale

- Durch weitere Optimierung kann der finanzielle und zeitliche Aufwand reduziert werden.
- Insbesondere weitere Digitalisierung kann Arbeitszeit bei Mitarbeitenden der Stabsstelle oder anderweitig mit der Ideenfabrik befassten Mitarbeiter:innen des Kreises freisetzen.

Risiken

- Die Attraktivität des Angebots kann durch zu starke Optimierungsbemühungen negativ beeinflusst werden.
- Für das Monitoring und ggf. angestrebte Anpassungen sind zeitliche Kapazitäten in der Stabsstelle 80 und weiteren Abteilungen der Verwaltung erforderlich.

Wirtschaftlicher Hebel



Zeithorizont



6.3 Teilbereich 3: Stärkung der finanziellen Lage

Preisanpassung nach Ablauf der Förderung

Beschreibung

- Angestrebt wird eine Preiserhöhung nach Ablauf der Förderung.

Kostenstruktur

- Coworking
Flex Desk: 105 Euro je Monat
Tagespass: 21 Euro
12er Pass: 222 Euro
- Seminarraum: 200 Euro
- Agile Fläche: 600 Euro
- Büros: Ø 230 Euro¹⁵
- Geschäftsadresse: 69 Euro
- Werkstatt: siehe „Umnutzung Werkstatt“

Hintergrund

- Im Vergleich zu ähnlichen Angeboten in der Umgebung, z.B. Jülich, Herzogenrath, Düren, Baesweiler, Köln, Bonn und Aachen, sind die Co-Working Angebote in der Ideenfabrik sehr günstig.
- Die Nutzer:innen haben bereits Verständnis geäußert, dass das Preisniveau nach Ende der Förderung nicht beibehalten werden kann. Die angestrebten Anpassungen bleiben unterhalb der in den Interviews erhobenen Preisgrenzen.

Potenziale

- Durch gestiegene Einnahmen kann der durch den Kreis zu erbringende Finanzierungsbedarf gesenkt werden.
- Durch die Anpassung bleibt das Angebot im Verhältnis zu anderen Angeboten am Markt günstig, was dem Standort Euskirchen Rechnung trägt.

Risiken

- Preiserhöhungen können bestehende Nutzer:innen abschrecken. Eine negative Reaktion ist aufgrund der geführten Interviews und des weiterhin niedrigen Preisniveaus nicht zu erwarten.

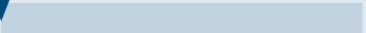
Wirtschaftlicher Hebel

gering mittel hoch



Zeithorizont

Kurzfristig Mittelfristig Langfristig



¹⁵ Der Preis der Büros ist in Abhängigkeit vom Unternehmensalter gestaffelt und beträgt 270 Euro für Unternehmen, die seit weniger als einem Jahr bestehen, und 350 Euro für Unternehmen, die seit mehr als vier Jahren tätig sind. Bei Nutzung mit zwei Personen erhöht sich die Miete um 80 Euro.

Einwerbung von Drittmitteln

Beschreibung

- Zur Einwerbung von Drittmitteln ist eine enge Abstimmung mit potenziellen Unternehmen und Banken erforderlich.
- Erarbeitung eines Konzeptes, das es für die Unternehmen und Banken attraktiv macht, die Ideenfabrik finanziell zu unterstützen. Hierbei spielen Ansätze wie Nutzungskontingente der Räumlichkeiten eine zentrale Rolle.
- Hierbei muss eine Bevorteilung der Unterstützer:innen gegenüber Mieter:innen vermieden werden.
- Weitere Möglichkeiten zur Drittmittelbeschaffung sind zu beobachten und anlassbezogen zu bewerten.

Hintergrund

- Aktuell wird die Ideenfabrik aus laufenden Geschäftseinnahmen und durch Mittel des Kreises finanziert.
- Im Rahmen der Aktivitäten der Stabsstelle 80 zeigten sich Unternehmen des Kreises bereit, das Angebot der Ideenfabrik finanziell zu fördern.

Potenziale

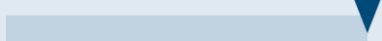
- Die finanzielle Beteiligung durch Unternehmen und Banken kann den Finanzierungsbedarf signifikant senken (siehe Beteiligungsszenario)
- Durch die Beteiligung von Unternehmen und Banken unterstreichen diese den Mehrwert der Ideenfabrik für den Kreis und seine wirtschaftliche Entwicklung

Risiken

- Durch die finanzielle Beteiligung könnten Unternehmen und Banken Einfluss auf die Ausrichtung der Ideenfabrik nehmen.
- Es ist davon auszugehen, dass in konjunkturellen Abschwüngen der Bedarf an Mietflächen und die Möglichkeit zur finanziellen Unterstützung der Ideenfabrik gleichermaßen zurückgehen, wodurch der Finanzbedarf in diesen Phasen ansteigen kann.

Wirtschaftlicher Hebel

gering mittel hoch



Zeithorizont

Kurzfristig Mittelfristig Langfristig



Indexbasierte Preisfortschreibung

Beschreibung

- Angestrebt wird eine regelmäßige Erhöhung aller Preise zum Ausgleich von Inflationseffekten.
- Um den Verwaltungsaufwand auf Seiten des Kreises und der Nutzer:innen zu mindern, sollen Preisanpassungen in einem zweijährlichen Rhythmus erfolgen, sodass unter Berücksichtigung der Preisanpassung im Jahr 2026 aufgrund des Endes der Förderung die erste planmäßige Erhöhung im Jahr 2028 vorgesehen ist.
- Aufgrund des Inflationsziels von 2 Prozent p. a. ist eine zweijährliche Erhöhung um 4,04 Prozent¹⁶ angedacht.
- Die Preiserhöhung ist bei Bedarf an die reale Inflation anzupassen. Hierbei sind neben dem Verbraucherpreisindex auch die realen Kostensteigerungen der Ideenfabrik zu berücksichtigen.

Hintergrund

- Bisherige Planungen sahen keine regelmäßige Anpassung der Preise an die allgemeine Inflation vor.
- Aufgrund steigender Kosten für Personal, Miete und benötigter Dienstleistungen würde sich der Finanzierungsbedarf hierdurch langfristig erhöhen.

Potenziale

- Durch die regelmäßige Anpassung der Preise bleiben die Preise (real) stabil und der Finanzierungsbedarf nimmt nicht zu.

Risiken

- Preisanpassungen können zu Konflikten mit Nutzenden führen.
- Die Bekanntmachung einer Preisanpassung kann Auslöser für Vertragskündigungen darstellen.

Wirtschaftlicher Hebel



Zeithorizont



¹⁶ Die jährliche Preisanpassung um 2 Prozent (bzw. 4,04 Prozent zweijährlich) orientiert sich am Inflationsziel der europäischen Zentralbank wie es beispielsweise in der Pressemitteilung vom 30. Juni 2025 unter dem Titel „EZB-Rat aktualisiert seine geldpolitische Strategie“ bestätigt wurde.

7 Finanzübersicht

Zur Bewertung möglicher Perspektiven für die weitere Entwicklung der Ideenfabrik wurde unter Beteiligung von Akteuren des Kreises Euskirchen ein Finanzplan für die Jahre 2026 bis 2030 erarbeitet. Der Finanzplan stellt Annahmen für die zukünftige Entwicklung dar und konkretisiert die geplante Umsetzung unter Berücksichtigung der aktuellen Infrastruktur und zuvor beschriebenen Maßnahmen. Hierbei stand die Erstellung einer belastbaren und konservativen Bestimmung des Finanzierungsbedarfs im Fokus, weshalb positive Effekte der vorgeschlagenen Maßnahmen, die aus heutiger Sicht nicht quantifiziert werden können, pessimistisch gewichtet wurden, sodass der ermittelte Finanzierungsbedarf in Zukunft potenziell geringer ausfallen könnte. Vor diesem Hintergrund ist ein kontinuierliches Monitoring der Einnahmen und Ausgaben inklusive gegebenenfalls erforderlicher Anpassungen des Finanzplans ein wichtiger Bestandteil bei der Fortführung der Ideenfabrik.

Die Ideenfabrik erzielt ihre Einnahmen aus der Vermarktung der Raumangebote, die in Kapitel 3.2 vorgestellt wurden. Weitere Einnahmen können, den Vorschlägen des strategischen Maßnahmenbereichs „Stärkung der finanziellen Lage“ folgend, durch Preissteigerungen bei den vorhandenen Angeboten und regelmäßige Inflationsanpassungen erzielt werden. Die Doppelbüros werden dabei voraussichtlich mit ca. 39 Prozent den größten Anteil an den erwartbaren Einnahmen ausmachen. Bezogen auf die Höhe der Einnahmen folgen das Co-Working Angebot (inkl. Geschäftsadressen-Service) und der Seminarraum mit jeweils ca. 22 Prozent, während die agile Fläche ca. 16 Prozent der erwarteten Einnahmen erwirtschaftet. In Bezug auf die agile Fläche sind auch die Nutzungen für Veranstaltungen der Stabsstelle 80 zu berücksichtigen, die ohne Fortführung der Ideenfabrik in externe Räumlichkeiten verlegt werden müssten. Die Projektverantwortlichen gehen davon aus, dass mindestens zehn Veranstaltungen, die durch die Stabsstelle derzeit in der Ideenfabrik durchgeführt werden, in anzumietenden Räumlichkeiten stattfinden müssten. Ausgehend von früheren Buchungen können die Kosten je externer Buchung auf mindestens 750 Euro geschätzt werden, sodass die agile Fläche neben den direkten Einnahmen für Minderausgaben in Höhe von mindestens 7.500 Euro verantwortlich ist. Neben einer Nutzung durch die Stabsstelle 80 trägt auch die Nutzung durch weitere Abteilungen des Kreises Euskirchen zu den Einnahmen der Ideenfabrik bei. Hierbei ist eine konsequente Dokumentation und interne Leistungsverrechnung essenziell zur Bestimmung des finanziellen Mehrwerts der Ideenfabrik für den Kreis Euskirchen. Durch die in Kapitel 6 beschriebene finanzielle Beteiligung von Unternehmen und Banken können potenziell zusätzliche Einnahmen generiert werden. Um dem frühen Planungsstand Rechnung zu tragen, werden mögliche Einnahmen aus diesem Bereich in einer separaten Darstellung, dem „Beteiligungsszenario“ berücksichtigt, während das „Basisszenario“ die potenziellen Einnahmen nicht berücksichtigt.

Trotz konsequenter Einsparungen fallen die Ausgaben der Ideenfabrik zum aktuellen Sachstand höher aus, als in vorigen Planungen. Dies ist in erster Linie auf deutlich höhere Personalkosten und die Berücksichtigung zukünftiger Preissteigerungen zurückzuführen. Aufgrund der bereits in den Planungen enthaltenen Einsparungsmaßnahmen sind weitere Einsparungen ohne signifikanten Einfluss auf die Funktionalität und Standards der Ideenfabrik aufgrund laufender Verträge nicht möglich. So entfallen 43 Prozent der Ausgaben auf Mieten und Pachten, während 37 Prozent für die Dienstbezüge der tariflich Beschäftigten aufgewendet werden. Die übrigen 20 Prozent der Ausgaben verteilen sich auf die Unterhaltung und Bewirtschaftung von Grundstücken und baulichen Anlagen (9 Prozent; Reinigung, Strom, Gebäudeversicherung, Türschlosssystem), Sachkosten (5 Prozent; NEW-Hilfskraft, Verbrauchsgüter), Öffentlichkeitsarbeit (5 Prozent; Website,

Grafikdienstleistungen, Druck, Google Ads, Bus- & Plakatwerbung) sowie Ausgaben für Lizenzen, Geschäftsaufwendungen und den Erwerb von Vermögensgegenständen (summiert ca. 2 Prozent; u.a. Internetanschluss, Druckerkosten, online Buchungssystem).¹⁷.

¹⁷ Rundungsabweichung

Basisszenario

	2026	2027	2028	2029	2030
Einnahmen	36.818 €	37.440 €	42.388 €	43.035 €	48.326 €
Seminarraum	8.000 €	8.400 €	9.152 €	9.568 €	10.368 €
Werkstatt	450 €	450 €	467 €	467 €	484 €
agile Fläche	6.000 €	6.000 €	6.864 €	6.864 €	7.788 €
Büros	14.256 €	14.256 €	14.832 €	14.832 €	15.430 €
Coworking inkl. Services	8.112 €	8.334 €	11.073 €	11.304 €	14.256 €
Ausgaben	221.219 €	230.158 €	235.215 €	240.393 €	245.694 €
Dienstbezüge tariflich Beschäftigte (5012000)	81.572 €	84.019 €	86.539 €	89.136 €	91.810 €
Unterh. u. Bew. Grundstücke u. baul. Anlagen (5241000)	20.000 €	20.400 €	20.808 €	21.224 €	21.649 €
Sachkosten (5281000)	10.000 €	10.200 €	10.404 €	10.612 €	10.824 €
Öffentlichkeitsarbeit (5281016)	10.000 €	14.280 €	14.566 €	14.857 €	15.154 €
Mieten und Pachten (5422000)	96.147 €	97.690 €	99.257 €	100.850 €	102.469 €
Sonstige Aufwendungen für Lizenzen (5429100)	500 €	510 €	520 €	531 €	541 €
Geschäftsaufwendungen (5431000)	2.000 €	2.040 €	2.081 €	2.122 €	2.165 €
Erwerb Vermögensgegenstände < 800 Euro (5431110)	1.000 €	1.020 €	1.040 €	1.061 €	1.082 €
Saldo	-184.401 €	-192.718 €	-192.827 €	-197.358 €	-197.368 €

Abbildung 14: Einnahmen und Ausgaben der Ideenfabrik Euskirchen Basisszenario

Beteiligungsszenario

	2026	2027	2028	2029	2030
Einnahmen	66.818 €	72.440 €	82.388 €	88.035 €	98.326 €
Seminarraum	8.000 €	8.400 €	9.152 €	9.568 €	10.368 €
Werkstatt	450 €	450 €	467 €	467 €	484 €
agile Fläche	6.000 €	6.000 €	6.864 €	6.864 €	7.788 €
Büros	14.256 €	14.256 €	14.832 €	14.832 €	15.430 €
Coworking inkl. Services	8.112 €	8.334 €	11.073 €	11.304 €	14.256 €
Beiträge von Unterstützer:innen	30.000 €	35.000 €	40.000 €	45.000 €	50.000 €
Ausgaben	221.219 €	230.158 €	235.215 €	240.393 €	245.694 €
Dienstbezüge tariflich Beschäftigte (5012000)	81.572 €	84.019 €	86.539 €	89.136 €	91.810 €
Unterh. u. Bew. Grundstücke u. baul. Anlagen (5241000)	20.000 €	20.400 €	20.808 €	21.224 €	21.649 €
Sachkosten (5281000)	10.000 €	10.200 €	10.404 €	10.612 €	10.824 €
Öffentlichkeitsarbeit (5281016)	10.000 €	14.280 €	14.566 €	14.857 €	15.154 €
Mieten und Pachten (5422000)	96.147 €	97.690 €	99.257 €	100.850 €	102.469 €
Sonstige Aufwendungen für Lizenzen (5429100)	500 €	510 €	520 €	531 €	541 €
Geschäftsaufwendungen (5431000)	2.000 €	2.040 €	2.081 €	2.122 €	2.165 €
Erwerb Vermögensgegenstände < 800 Euro (5431110)	1.000 €	1.020 €	1.040 €	1.061 €	1.082 €
Saldo	-154.401 €	-157.718 €	-152.827 €	-152.358 €	-147.368 €

Abbildung 15: Einnahmen und Ausgaben der Ideenfabrik Euskirchen Beteiligungsszenario

8 Ausblick

Es konnte gezeigt werden, dass die Ideenfabrik einen signifikanten Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung im Kreis Euskirchen leisten kann. Dabei geht dieser Beitrag von zwei zentralen Effekten der Ideenfabrik auf den Kreis Euskirchen aus: Auf der einen Seite bietet das räumliche Potenzial der Ideenfabrik im Bereich des Co-Working Spaces, der Büros und der Besprechungskapazitäten Unternehmen und Gründer:innen aus dem Kreis Euskirchen ein Infrastrukturangebot, das aufgrund der hohen Volatilität und der räumlichen Strukturierung des Kreises voraussichtlich nicht durch privatwirtschaftliche Anbieter ersetzt werden kann. Dieses Angebot nimmt insbesondere in Zeiten steigender Homeoffice Nutzung für Kleinstunternehmer und Solo-Selbstständige an Bedeutung zu, da diese flexible Raumangebote benötigen, die im ländlichen Raum selten vorhanden sind. Dieses Angebot adressiert einen, im Vergleich zu den vor Ort stattfindenden Veranstaltungen kleineren Kreis an Unternehmen, die allerdings in hohem Maße profitieren, sodass es als Möglichkeit betrachtet werden muss, dass diese Unternehmen ohne die Angebote in der Ideenfabrik weniger erfolgreich wären oder zum Beispiel auf Grund fehlender Räumlichkeiten für Gründungen nicht am Standort Euskirchen aktiv wären. Langfristig kann von diesen Gründungen auch ein Effekt auf weitere Betriebe im Kreisgebiet ausgehen, wenn diese an Größe gewinnen und als Zulieferer oder Abnehmer von Waren und Gütern auftreten.

Auf der anderen Seite stellt die Ideenfabrik die wichtigste Plattform für Wirtschaftsförderungsaktivitäten im Kreis Euskirchen zur Verfügung, die es erlaubt, mit Veranstaltungsformaten eine große Gruppe an Unternehmen zu adressieren. Im Rahmen der Interviews mit Nutzenden und relevanten regionalen Intermediären wurde deutlich, dass aus Sicht von Unternehmer:innen das Kreishaus kein angemessener Ort für Formate der Wirtschaftsförderung ist, da die räumliche Qualität und die Funktion des Gebäudes als Sitz regulierender Behörden dem offenen und kooperativen Charakter wirtschaftsfördernder Maßnahmen entgegenstehen. Gleichzeitig sind die räumlichen Kapazitäten der Kreisverwaltung bereits seit einiger Zeit ein Hemmnis bei der Durchführung von Veranstaltungen. Die Ideenfabrik ist durch ihre räumliche Trennung von anderen Bereichen der Verwaltung und die hohe räumliche Qualität deutlich geeigneter zur Durchführung von entsprechenden Veranstaltungen, wie in den Befragungsdaten der Teilnehmenden deutlich wird. Die Unternehmen profitieren durch die Teilnahme an den Veranstaltungen auf vielfältige Art und Weise, wobei Qualifizierung, Wissenstransfer und der Aufbau von regionalen Netzwerken im Fokus der Angebote stehen. Eine alternative Möglichkeit zur Abhaltung von Veranstaltungen stellt die Anmietung externer Räumlichkeiten dar, wobei dies aufgrund der Anzahl wiederkehrender Veranstaltungen und der deutlich geringeren Flexibilität nicht als gleichwertige Option zu betrachten ist. Hierbei darf die Imagewirkung einer hochwertigen Immobilie, die zur Durchführung aller relevanten Formate aus dem Bereich Wirtschaftsförderung genutzt wird, nicht unterschätzt werden, sodass die Ideenfabrik aktiv zur Positionierung des Kreises beitragen kann, um Unternehmen und Arbeitskräfte für den Standort zu gewinnen und langfristig zu binden.

Der Kreis Euskirchen ist derzeit einer Vielzahl von Herausforderungen wie z.B. dem demografischen Wandel, der fortschreitenden Digitalisierung und den herrschenden geopolitischen Spannungen ausgesetzt, die direkte Auswirkungen auf die Unternehmen vor Ort haben. Diese Anpassung ist für KMU jedoch häufig nicht ohne externe Unterstützung und Impulse zu leisten, wobei die Wirtschaft im Kreis Euskirchen deutlich überdurchschnittlich von KMU abhängig ist, da ca. ¾ der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in diesen Unternehmen tätig sind. Dieser Unterstützungsbedarf wird insbesondere an den Ergebnissen der Shift-Share-Analyse, die in Kapitel 3.1

dargestellt ist, deutlich, da der Kreis trotz einer grundsätzlich günstigen Branchenstruktur in den vergangenen fünf Jahren ein unterdurchschnittliches Wachstum erfahren hat. Die Ideenfabrik kann für die lokalen Unternehmen der zentrale Anlaufpunkt für alle Fragen der Wirtschaftsförderung sein, wobei diese als „neutraler Ort“ deutlich einladender auf die Unternehmer:innen der Region wirkt als alternative Räumlichkeiten.

Vor dem Hintergrund der beschriebenen Mehrwerte für die lokalen Unternehmen lässt sich auch der Mehrwert für die konstituierenden Gemeinden des Kreises erkennen. Wirtschaftsförderung ist trotz der fortschreitenden Digitalisierung weiterhin stark auf Präsenz vor Ort angewiesen¹⁸, wobei der Bedarf der lokalen Unternehmen nach Angeboten vor dem Hintergrund der dargestellten Rahmenbedingungen groß ist. Daten zur Teilnahme an Veranstaltungen und Beratungsangeboten aus dem Jahr 2024 zeigen eine breite Beteiligung über das Kreisgebiet hinweg¹⁹. Hierbei ist neben der Vermittlung von Wissen, zum Beispiel in Themen der Betriebsführung, des Marketings oder der Nachhaltigkeit, der Aufbau von Netzwerken ein zentraler Faktor für eine langfristig positive wirtschaftliche Entwicklung des Kreises und seiner Kommunen. Insbesondere die Vernetzung der lokalen Unternehmen mit Partnern aus Wissenschaft und Wirtschaft muss aufgrund der räumlichen Struktur des Kreises häufig über Gemeinde- und Kreisgrenzen hinweg erfolgen, da die Vorhaltung von dezentraler Gründungs- und Innovationsinfrastruktur durch die Kommunen nicht zielführend erscheint. Die Ideenfabrik ist ein zentrales Vehikel, um eine kritische Masse an Akteuren aus dem Kreis Euskirchen zusammenzubringen, die zusammen betrachtet auch für größere Partner aus Wissenschaft und Wirtschaft eine Kooperation attraktiv machen. Die Herstellung dieser kritischen Masse auf Ebene der kreisangehörigen Gemeinden ist kaum leistbar, sodass die Ideenfabrik den Gemeinden unabhängig von ihrer Größe gleichwertigen Zugang zu attraktiven Angeboten für lokale Unternehmen ermöglicht. Dieser Aspekt wurde durch die angestrebte Vollmitgliedschaft im Region Köln/Bonn e.V. verstärkt. Die lokalen Unternehmen, aber auch die Gemeinden benötigen eine gemeinsame Plattform, um neue Netzwerke und Strukturen im Rheinland einzurichten. Die Ideenfabrik kann hierbei als Veranstaltungsort einen wichtigen Beitrag zur frühzeitigen Integration in das bestehende Gefüge leisten, indem sie Möglichkeiten bereithält, Partner:innen in den Kreis Euskirchen einzuladen und den Kreis durch die hohe räumliche Qualität und die Konsistenz im Veranstaltungsort effektiv zu repräsentieren. Im Anschluss an eine Integrationsphase in die neuen Netzwerke kann die Ideenfabrik darüber hinaus ein zentraler Ort sein, an dem die Unternehmen des Kreises von den Angeboten des Netzwerks profitieren können.

Als kreisweit ausgerichtete Einrichtung schafft die Ideenfabrik Anknüpfungspunkte über Gemeindegrenzen hinweg und fördert den Austausch zwischen Städten, Gemeinden und weiteren regionalen Akteuren. Sie unterstützt damit ein gemeinsames Verständnis von wirtschaftlicher Entwicklung im Kreis Euskirchen und trägt zu einer abgestimmten Positionierung gegenüber externen Partnern, Fördermittelgebern und Netzwerken bei. Dies erhöht die Handlungsfähigkeit der Kommunen im regionalen Verbund.

¹⁸ Terstriep, J. & Rabadijewa, M. (2021): Die klassische Wirtschaftsförderung gibt es nicht mehr. Ergebnisse einer bundesweiten Befragung von Wirtschaftsförderungen

¹⁹ Ausgewertet wurden Veranstaltungen aus dem Jahr 2024 bei denen die kommunale Zugehörigkeit von mindestens 10 Teilnehmer:innen bekannt ist. Durchschnittlich (Median) nahmen Personen aus sieben der elf Gebietskörperschaften des Kreises Euskirchen teil.

9 Anhang

9.1 Vollständige Übersicht der Kompetenzfeldanalyse

Kompetenzfeldanalyse Euskirchen (06/2024) (Referenz NRW)				
	Spezialisierung	Wachstum	Anteil	Wachstum NRW
01 Landwirtschaft, Jagd und damit verbundene Tätigkeiten	1,26	-8,57%	0,55%	0,98%
02 Forstwirtschaft und Holzeinschlag	0,00	-100,00%	0,00%	7,28%
03 Fischerei und Aquakultur	0,00		0,00%	-15,38%
05 Kohlenbergbau	0,00		0,00%	-32,58%
06 Gewinnung von Erdöl und Erdgas			0,00%	
07 Erzbergbau			0,00%	
08 Gewinnung von Steinen und Erden, sonstiger Bergbau	2,12		0,14%	2,60%
09 Erbringung von Dienstleistungen für den Bergbau und für die Gewinnung von Steinen und Erden	0,00		0,00%	-45,82%
10 Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln	1,45	21,31%	2,53%	-1,01%
11 Getränkeherstellung	0,00		0,00%	-1,33%
12 Tabakverarbeitung	0,00		0,00%	-6,76%
13 Herstellung von Textilien	0,00		0,00%	-12,53%
14 Herstellung von Bekleidung	0,00		0,00%	-18,71%
15 Herstellung von Leder, Lederwaren und Schuhen	0,00		0,00%	-15,84%

Kompetenzfeldanalyse Euskirchen (06/2024) (Referenz NRW)

	Spezialisierung	Wachstum	Anteil	Wachstum NRW
16 Herstellung von Holz-, Flecht-, Korb- und Korkwaren (ohne Möbel)	1,64	12,00%	0,48%	-4,60%
17 Herstellung von Papier, Pappe und Waren daraus	2,75	-75,12%	0,91%	-11,16%
18 Herstellung von Druckerzeugnissen; Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern	0,24	-42,86%	0,07%	-21,23%
19 Kokerei und Mineralölverarbeitung	0,00		0,00%	2,18%
20 Herstellung von chemischen Erzeugnissen	1,16	5,62%	1,61%	-4,23%
21 Herstellung von pharmazeutischen Erzeugnissen	0,00		0,00%	46,98%
22 Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren	1,03	12,07%	1,11%	-10,25%
23 Herstellung von Glas und Glaswaren, Keramik, Verarbeitung von Steinen und Erden	1,04	-27,27%	0,41%	-7,67%
24 Metallerzeugung und -bearbeitung	0,00		0,00%	-12,54%
25 Herstellung von Metallerzeugnissen	0,78	23,00%	2,11%	-7,54%
26 Herstellung von Datenverarbeitungsgeräten, elektronischen und optischen Erzeugnissen	0,04	-33,33%	0,03%	3,84%
27 Herstellung von elektrischen Ausrüstungen	1,81		1,93%	-3,78%
28 Maschinenbau	0,58	-11,82%	1,66%	-5,24%
29 Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenteilen	0,00	-100,00%	0,00%	-15,92%
30 Sonstiger Fahrzeugbau	0,00		0,00%	-6,35%
31 Herstellung von Möbeln	0,00	-100,00%	0,00%	-8,52%

Kompetenzfeldanalyse Euskirchen (06/2024) (Referenz NRW)

	Spezialisierung	Wachstum	Anteil	Wachstum NRW
32 Herstellung von sonstigen Waren	0,40	0,00%	0,19%	4,47%
33 Reparatur und Installation von Maschinen und Ausrüstungen	1,68	-8,77%	0,89%	10,58%
35 Energieversorgung	1,13	19,15%	0,96%	9,65%
36 Wasserversorgung	0,00		0,00%	4,14%
37 Abwasserentsorgung	0,00	-100,00%	0,00%	11,87%
38 Sammlung, Behandlung und Beseitigung von Abfällen; Rückgewinnung	0,55		0,36%	9,87%
39 Beseitigung von Umweltverschmutzungen und sonstige Entsorgung	0,00		0,00%	4,90%
41 Hochbau	1,26	2,44%	0,72%	-4,99%
42 Tiefbau	1,83	4,55%	1,18%	25,56%
43 Vorbereitende Baustellenarbeiten, Bauinstallation und sonstiges Ausbaugewerbe	1,46	25,37%	5,84%	9,81%
45 Handel mit Kraftfahrzeugen; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen	1,38	-7,45%	2,55%	0,76%
46 Großhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen)	0,74	-1,37%	3,70%	4,19%
47 Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen)	1,57	-0,61%	11,18%	2,77%
49 Landverkehr und Transport in Rohrfernleitungen	1,22	15,94%	2,74%	14,17%
50 Schifffahrt	0,00		0,00%	-1,94%
51 Luftfahrt	0,00		0,00%	-13,78%

Kompetenzfeldanalyse Euskirchen (06/2024) (Referenz NRW)

	Spezialisierung	Wachstum	Anteil	Wachstum NRW
52 Lagerei sowie Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für den Verkehr	1,15	17,97%	2,59%	-2,57%
53 Post-, Kurier- und Expressdienste	0,00	-100,00%	0,00%	13,62%
55 Beherbergung	1,22	0,00%	0,58%	-7,62%
56 Gastronomie	1,00	21,57%	2,12%	4,38%
58 Verlagswesen	0,00	-100,00%	0,00%	-9,70%
59 Herstellung, Verleih und Vertrieb von Filmen und Fernsehprogrammen; Kinos; Tonstudios und Verlegen von Musik	0,00		0,00%	12,95%
60 Rundfunkveranstalter	0,00		0,00%	5,12%
61 Telekommunikation	0,43	50,00%	0,10%	13,86%
62 Erbringung von Dienstleistungen der Informationstechnologie	0,21	14,81%	0,53%	20,91%
63 Informationsdienstleistungen	0,00	-100,00%	0,00%	12,47%
64 Erbringung von Finanzdienstleistungen	0,94	1,14%	1,52%	-4,04%
65 Versicherungen, Rückversicherungen und Pensionskassen (ohne Sozialversicherung)	0,00		0,00%	-4,55%
66 Mit Finanz- und Versicherungsdienstleistungen verbundene Tätigkeiten	0,00		0,00%	17,96%
68 Grundstücks- und Wohnungswesen	0,83	28,13%	0,70%	18,77%
69 Rechts- und Steuerberatung, Wirtschaftsprüfung	0,84	3,95%	1,35%	8,30%
70 Verwaltung und Führung von Unternehmen und Betrieben; Unternehmensberatung	0,11	18,75%	0,33%	27,05%

Kompetenzfeldanalyse Euskirchen (06/2024) (Referenz NRW)

	Spezialisierung	Wachstum	Anteil	Wachstum NRW
71 Architektur- und Ingenieurbüros; technische, physikalische und chemische Untersuchung	0,61	13,46%	1,01%	8,48%
72 Forschung und Entwicklung	0,00		0,00%	20,96%
73 Werbung und Marktforschung	0,50	0,00%	0,24%	-0,14%
74 Sonstige freiberufliche, wissenschaftliche und technische Tätigkeiten	0,00		0,00%	16,26%
75 Veterinärwesen	1,81	16,67%	0,24%	27,19%
77 Vermietung von beweglichen Sachen	0,52	-20,00%	0,14%	4,67%
78 Vermittlung und Überlassung von Arbeitskräften	0,91	-6,09%	1,85%	-19,61%
79 Reisebüros, Reiseveranstalter und Erbringung sonstiger Reservierungsdienstleistungen	0,77	-18,18%	0,15%	-18,79%
80 Wach- und Sicherheitsdienste sowie Detekteien	0,22	-50,00%	0,10%	1,82%
81 Gebäudebetreuung; Garten- und Landschaftsbau	0,79	-19,31%	2,00%	8,19%
82 Erbringung von wirtschaftlichen Dienstleistungen für Unternehmen und Privatpersonen a. n. g.	0,59	-11,54%	0,79%	5,46%
84 Öffentliche Verwaltung, Verteidigung; Sozialversicherung	1,27	9,71%	7,16%	16,51%
85 Erziehung und Unterricht	0,83	32,47%	3,49%	16,32%
86 Gesundheitswesen	1,06	1,75%	8,96%	11,73%
87 Heime (ohne Erholungs- und Ferienheime)	1,44	2,08%	5,03%	3,33%
88 Sozialwesen (ohne Heime)	1,47	9,30%	7,45%	14,51%

Kompetenzfeldanalyse Euskirchen (06/2024) (Referenz NRW)

	Spezialisierung	Wachstum	Anteil	Wachstum NRW
90 Kreative, künstlerische und unterhaltende Tätigkeiten	0,16	100,00%	0,03%	8,23%
91 Bibliotheken, Archive, Museen, botanische und zoologische Gärten	5,34	4,17%	0,43%	9,11%
92 Spiel-, Wett- und Lotteriewesen	0,52	0,00%	0,09%	-10,09%
93 Erbringung von Dienstleistungen des Sports, der Unterhaltung und der Erholung	1,39	34,62%	0,60%	11,62%
94 Interessenvertretungen sowie kirchliche und sonstige religiöse Vereinigungen (ohne Sozialwesen und Sport)	0,54	-22,58%	0,82%	5,03%
95 Reparatur von Datenverarbeitungsgeräten und Gebrauchsgütern	0,63	0,00%	0,05%	-19,27%
96 Erbringung von sonstigen überwiegend persönlichen Dienstleistungen	0,98	-11,29%	0,94%	0,24%
97 Private Haushalte mit Hauspersonal	0,00		0,00%	-13,18%
98 Herstellung von Waren und Erbringung von Dienstleistungen durch private Haushalte für den Eigenbedarf ohne ausgeprägten Schwerpunkt	0,00		0,00%	-5,88%
99 Exterritoriale Organisationen und Körperschaften	0,00		0,00%	-36,45%

9.2 Interviewleitfaden „Nutzer:innen“

Thema	Vertiefungsfragen
Vorstellung und Begrüßung	
agiplan public unterstützt den Kreis Euskirchen bei der Erarbeitung eines zukunftsfähigen Modells für die Ideenfabrik nachhaltige Wirtschaft. In diesem Kontext sind wir sehr an ihren Eindrücken als Nutzer:in der Ideenfabrik interessiert.	<ul style="list-style-type: none"> – Gesprächspartner:innen – Projektkontext – Hinweise zum Ablauf des Interviews – Würden Sie sich und Ihre Institution kurz vorstellen?
Aktuelle Nutzung	
Welche Angebote der Ideenfabrik nachhaltige Wirtschaft nutzen Sie?	<ul style="list-style-type: none"> – Co-Working – Doppelbüros – Werkstatt – Besprechungsraum – Eventfläche – Veranstaltungen und Formate
Wie häufig nutzen sie die Angebote der Ideenfabrik nachhaltige Wirtschaft?	<ul style="list-style-type: none"> – Würden Sie die Angebote gerne häufiger oder seltener nutzen?
Mehrwerte	
Welchen Mehrwert haben Sie von der Nutzung der Angebote?	<ul style="list-style-type: none"> – Qualität der Räumlichkeiten – Serviceangebot – Netzwerkeffekte – Wissenstransfer
Wie bewerten Sie die Angebote im Vergleich zu ähnlichen Angeboten, die für Sie/Ihre Organisation in Frage kommen?	<ul style="list-style-type: none"> – Angebot – Service – Kosten
Effekte	
Inwiefern haben die Angebote der Ideenfabrik Ihre Arbeitsweise, Ihr Innovationsverhalten oder Ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten beeinflusst?	<ul style="list-style-type: none"> – Neue Methoden oder Kenntnisse – Arbeit mit neuen Partnern die im Rahmen von Angeboten der Ideenfabrik gewonnen werden konnten

Thema	Vertiefungsfragen
	<ul style="list-style-type: none"> Konkrete Umsetzung von Ideen, Konzepten und Ansätzen, die auf Angebote der Ideenfabrik zurückzuführen sind
Stärken und Schwächen	
Welche Angebote, Formate und Leistungen haben aus Ihrer Sicht gut funktioniert?	<ul style="list-style-type: none"> Was macht diese Angebote, Formate und Leistungen aus ihrer Sicht erfolgreich Wie können diese Aspekte noch weiter gestärkt werden?
Welche Angebote, Formate und Leistungen sind aus Ihrer Sicht weniger erfolgreich?	<ul style="list-style-type: none"> Was sind mögliche Ursachen? Welche Anpassungspotenziale sehen Sie?
Zukunftsperspektive	
Welche zukünftige Entwicklung der Ideenfabrik nachhaltige Wirtschaft sollte aus Ihrer Sicht verfolgt werden?	<ul style="list-style-type: none"> Soll die Ideenfabrik nachhaltige Wirtschaft nach Ablauf der Förderung weiter betrieben werden? Welche Angebote sollten fokussiert werden? Gibt es aus Ihrer Sicht neue Angebote, die geschaffen werden sollten? Welche Themen sind für Sie in Zukunft relevant? Gibt es aus Ihrer Sicht Zielgruppen, die bislang nicht ausreichend adressiert werden?
Abschluss	
Gibt es aus Ihrer Sicht Aspekte, über die wir bisher nicht gesprochen haben, die aus Ihrer Sicht für die weitere Entwicklung der Ideenfabrik von Bedeutung sind?	
Vielen Dank für die Teilnahme am Interview	

9.3 Interviewleitfaden „Wirtschaft, Wissenschaft, Verwaltung und Politik“

Thema	Vertiefungsfragen
Vorstellung und Begrüßung	
agiplan public unterstützt den Kreis Euskirchen bei der Erarbeitung eines zukunftsfähigen Modells für die Ideenfabrik nachhaltige Wirtschaft. In diesem Kontext ist es aus unserer Sicht sehr wichtig den regionalen Kontext im Kreis Euskirchen zu berücksichtigen. Daher führen wir Interviews mit unterschiedlichen Stakeholdern und Expert:innen aus und für die Region.	<ul style="list-style-type: none"> – Gesprächspartner:innen – Projektkontext – Hinweise zum Ablauf des Interviews – Würden Sie sich und Ihre Institution kurz vorstellen?
Anknüpfungspunkte und Wahrnehmung	
<p>Hatten Sie in der Vergangenheit bereits mit der Ideenfabrik nachhaltige Wirtschaft zu tun?</p> <p>Wie bewerten Sie die Aktivitäten der Ideenfabrik nachhaltige Wirtschaft?</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Welche Beziehung haben Sie/Ihre Institution mit der Ideenfabrik nachhaltige Wirtschaft? – Wie sind Sie auf die Ideenfabrik aufmerksam geworden?
Wie wird die Ideenfabrik nachhaltige Wirtschaft aus Ihrer Sicht im Kreis Euskirchen wahrgenommen?	<ul style="list-style-type: none"> – Bei Unternehmen und Verbänden – In der Politik und Verwaltung – In der allgemeinen Bevölkerung – Welche Maßnahmen könnten die Akzeptanz einer Verstärkung in der Bevölkerung aus Ihrer Sicht erhöhen?
Nutzen der Ideenfabrik für den Kreis Euskirchen	
Welchen langfristigen Nutzen sehen Sie in der Existenz der Ideenfabrik Euskirchen für den Kreis Euskirchen und die Unternehmen vor Ort?	<ul style="list-style-type: none"> – Innovationsgewinne – Netzwerkeffekte – Inhaltlicher Input – Verbesserung der Voraussetzungen für Gründer:innen – Stärkung der Außenwirkung des Kreises – Unterstützung bei der grünen Transformation

Thema	Vertiefungsfragen
In welchen Themenfeldern bietet die Ideenfabrik einen besonders hohen Mehrwert?	<ul style="list-style-type: none"> – Nachhaltigkeit – Innovation – Fachkräftesicherung – Unterstützung von Gründer:innen
Welche Zielgruppen werden aus Ihrer Sicht durch die aktuellen Angebote besonders angesprochen?	<ul style="list-style-type: none"> – Bestandsunternehmen – Gründer:innen – Bildungseinrichtungen – Handwerker:innen – Pendler:innen aus dem Kreis Euskirchen
Welche Auswirkungen hätte es für den Kreis Euskirchen, wenn die Ideenfabrik nicht fortgeführt würde?	
Zukunftsperspektive	
Welche Rolle sollte die Ideenfabrik nachhaltige Wirtschaft künftig im regionalen Wirtschafts- und Innovationssystem spielen?	<ul style="list-style-type: none"> – Welche Arten von Veranstaltungen sollten stattfinden? – Welchen Stellenwert messen Sie den verfügbaren Räumlichkeiten jenseits von Veranstaltungen für Gründer:innen und andere Zielgruppen bei?
Welche Zielgruppen sollten aus Ihrer Sicht in Zukunft im Fokus stehen?	<ul style="list-style-type: none"> – Bestandsunternehmen – Gründer:innen – Bildungseinrichtungen – Handwerker:innen – Pendler:innen aus dem Kreis Euskirchen
Welche Themenfelder sind aus Ihrer Sicht bis 2030 besonders relevant für die regionale Wirtschaft und sollten durch die Ideenfabrik nachhaltige Wirtschaft adressiert werden?	<ul style="list-style-type: none"> – Welche Themen sollte die Ideenfabrik explizit nicht adressieren? – Wie stark sollte die Ideenfabrik Ihre Aktivitäten auf das Thema Nachhaltigkeit ausrichten? – Welche Formate sind für diese Inhalte angemessen?
Abschluss	
Gibt es aus Ihrer Sicht Aspekte, über die wir bisher nicht gesprochen haben, die aus Ihrer Sicht für	

Thema	Vertiefungsfragen
die weitere Entwicklung der Ideenfabrik von Bedeutung sind?	
Vielen Dank für die Teilnahme am Interview	