

## Digitalisierungsoffensive für gute Fachkräfte

Mit der „Digitalisierungsoffensive Rheinhausen“ wollen die Industrie- und Handelskammer für Rheinhausen (IHK), die RPR Unternehmensgruppe und die Volkshochschule Mainz e.V. (vhs) die Unternehmen bei der digitalen Transformation unterstützen. Dazu wurde jetzt in Mainz ein „letter of intent“ unterzeichnet. Mit dieser Absichtserklärung richten sich die Partner sowohl an die Geschäftsführungen als auch an die Fachkräfte in mittelständischen Betrieben. Sie sollen in die Lage versetzt werden, ihr Unternehmen in der digitalen Welt sichtbar werden zu lassen und sichtbar zu erhalten.

Eingesetzt werden zwei Instrumente. Eines sind die bereits im zweiten Jahr angebotenen Informationsangebote des „IHK hub Rheinhausen“. Sie richten sich an die Geschäftsleitungen und Belegschaften, mit denen zentrale Themen der digitalen Transformation aufgegriffen und ihre Umsetzung in die betriebliche Praxis diskutiert werden. Im Juli 2019 bietet die IHK eine „summerschool“ zur Digitalisierung an.

### Mittelstand online sichtbar machen

Zweites Instrument der Digitalisierungsoffensive ist das Qualifizierungsmodul „Digital Index: Onlinesichtbarkeit im Mittelstand“. Es wird den Unternehmern jetzt als Analyse- und Planungswerkzeug für die Weiterbildung ihrer Fachkräfte vorgestellt. Das Modul wird in IHK-Zertifikatslehrgänge integriert, welche die Volkshochschule Mainz e.V. in Kooperation mit der IHK anbietet. Darin werden die Teilnehmer von Experten der RPR Unternehmensgruppe unterrichtet.

RPR hat sich als Vermarktungsspezialist für Multi- und Crosschannel-Kampagnen mit dem „Digital Index“ große Expertise erworben im Bereich der Online-Sichtbarkeit von Unternehmen. In dem Modul werden praxisnah anwendungsorientierte Kompetenzen vermittelt, mit denen die Wahrnehmbarkeit von Unternehmen in der digitalen Welt bestimmt und optimiert werden kann. Da es sich dabei um Querschnittskompetenzen handelt, wird das Modul nicht nur in einschlägige Lehrgänge der digitalen Medien integriert wie bei den Kursen „Social Media Manager/in“ und „IT-Administrator/in“, sondern auch in klassische Funktionslehrgänge wie etwa zum Thema Personalentwicklung, Projektmanagement oder Office-Management. Ziel ist es, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den verschiedenen Stabsfunktionen zur Gestaltung des digitalen Wandels in den Betrieben zu befähigen.

Für den Hauptgeschäftsführer der IHK für Rheinhausen, Günter Jertz, stellt die Digitalisierungsoffensive entscheidende Weichen für die Zukunft des stark exportorientierten Standortes: „Im Zuge der digitalen Transformation wandeln sich die Märkte weltweit immer schneller und entwickeln branchenübergreifend neue Geschäftsmodelle. Um hier bestehen zu können, müssen die rheinhessischen Unternehmen gerade auf dem starken Exportabsatzmarkt mit Innovationen Präsenz zeigen.“ Dass sie dabei vor allem auf ihre Belegschaften zählen, zeigt laut Jertz auch das Unternehmensbarometer Digitalisierung 2018 der Industrie- und Handelskammern in Rheinland-Pfalz: „Die Weiterbildung der eigenen Fachkräfte steht für die Unternehmerinnen und Unternehmer an erster Stelle.“

### IHK-Zertifikatslehrgänge für Mitarbeiterschulung

Der Geschäftsführer der RPR-Unternehmensgruppe, Tobias Heger, will dem Mittelstand ein Instrument zur Verfügung stellen, damit dieser die digitalen Optionen optimal für sich nutzen kann: „Als mittelständischer Multichannel-Dienstleister haben wir in der Vergangenheit gemerkt, dass auch andere Unternehmen großen Nachholbedarf bei der Nutzung der Möglichkeiten des Internets haben.“ Digital erreichen Unternehmen neben Bestandskunden auch unerschlossene Zielgruppen und Neukunden – und können die Bekanntheit des eigenen Betriebs deutlich steigern. „Die RPR-Unternehmensgruppe hat sich in den vergangenen Jahren eine profunde Expertise erarbeitet, wie man im Netz wahrgenommen wird und Aufmerksamkeit erzeugt. Im Zuge dessen haben wir einen Index entwickelt, mit dem sich messen lässt, wie gut man online sichtbar ist, worin man sich verbessern kann – und wie man sehen kann, was Top-Unternehmen machen, um ihre Online-Sichtbarkeit zu erhöhen“, sagt Heger.

Die Volkshochschule Mainz bietet derzeit 17 verschiedene IHK-Zertifikatslehrgänge an, erläutert Christian Rausch, Direktor der vhs Mainz. Dies ist ein wichtiger Beitrag zur beruflichen Weiterbildung in Rheinhausen. Dass dabei ein bundesweit anerkanntes Zertifikat erworben werden kann, ist ein echter Mehrwert für Unternehmen wie auch für Teilnehmende. „Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit mit RPR. Damit machen wir unser Angebot noch besser und qualifizieren die Kursteilnehmerinnen und -teil-



nehmer passgenau auf den künftigen Bedarf am Arbeitsplatz und im Beruf", so Rausch.

Die drei Partner sind überzeugt, dass die Fachkräftesicherung der Region durch die Digitalisierungsoffensive nachhaltig gestärkt wird. Die Beteiligten leisten damit auch einen Beitrag im Sinne des Masterplans „Zukunft der Arbeit“ der Landesregierung Rheinland-Pfalz.

GRÜ



## RPR macht Firmen digital sichtbar

RPR ist einer der Partner der Digitalisierungsoffensive. Report sprach mit RPR-Geschäftsführer Tobis Heger.

### Was verspricht sich RPR von der Digitalisierungsoffensive?

Heger: Da wir uns im Zeitalter des digitalen Wandels befinden, kommt kein Unternehmen darum herum, sich im Internet zu präsentieren. Dabei kommt es vor allem darauf an, dass alle bestehenden und potenziellen Kunden ein Unternehmen, deren Marken und Produkte im Internet auch finden können. Die Sichtbarkeit im Netz ist dabei zentraler Baustein jedes digitalen Business. Und hier können wir gemeinsam mit der IHK und der vhs Mainz helfen: Wir wollen die Unternehmen unterstützen, sich optimal online zu positionieren.

### RPR hat ein Tool entwickelt, mit dem mittelständische Unternehmen digitale Optionen nutzen können. Was können Unternehmen konkret herausfinden?

Heger: Unternehmen können zunächst ihre Online-Sichtbarkeit überprüfen, also herausfinden, inwiefern die eigene Website über Google, soziale Medien und Online-Werbung auffindbar ist. Außerdem prüft der „Digital Index“, inwieweit bereits Maßnahmen im Empfehlungsmarketing und zur digitalen Bindung von Kunden umgesetzt wurden. Dabei werden 19 Kriterien bewertet und circa 300 Faktoren analysiert. Im nächsten Schritt kann der „Digital Index“ die Auffindbarkeit der Website signifikant und langfristig steigern, den Bekanntheitsgrad über kontinuierliche Online-Werbung auf der Website erhöhen und die Reichweite der Marke in sozialen Medien wie Facebook oder Instagram anheben. Im letzten Schritt geht es darum, den Kundendialog im Netz zu suchen – und Kunden im Internet langfristig an die Marke zu binden.

### Welche Zielgruppe sprechen Sie mit diesem Instrument an?

Heger: Oft haben Unternehmen aus dem Mittelstand weder Bewertungssysteme und damit auch nicht den Überblick, welche Möglichkeiten ihnen das Internet bietet, noch die Ressourcen, um die vielfältigen digitalen Optionen optimal gewinnbringend für das Unternehmen zu nutzen. Das ist auch völlig verständlich, denn das digitale Feld entwickelt sich unglaublich schnell. Bei der RPR-Unternehmensgruppe haben wir in der Vergangenheit gemerkt, dass gerade mittelständische Unternehmen ein großes Bedürfnis danach haben, die Möglichkeiten des Internets kennenzulernen und zu nutzen. Mit dem Digital Index haben wir entsprechende Lösungen und Hilfestellungen entwickelt.

GRÜ

### Büro- oder Verwaltungsgebäude.



Wirtschaftlich und schnell mit Raum-Modulen bauen.



[www.renz-container.com](http://www.renz-container.com)