

Die Kommune als Marke – Neubürger begeistern

Strategien gegen den Einwohnerschwund

Tipps für die kommunale Praxis



IHK Ostwürttemberg– die regionale Selbstverwaltung der Wirtschaft

Die IHK Ostwürttemberg ist die regionale Selbstverwaltung der Wirtschaft im Landkreis Heidenheim und im Ostalbkreis. Wir vertreten die Gesamtinteressen unserer knapp 28.000 Mitgliedsunternehmen aus Industrie, Handel und Dienstleistung. Für den Staat nehmen wir hoheitliche Aufgaben wahr. Als kritisch-konstruktiver Partner der Politik und unabhängiger Anwalt des Marktes sind wir das wirtschaftspolitische Sprachrohr in Ostwürttemberg.

Mit unseren sechs Geschäftsfeldern

- Standortpolitik
- Existenzgründung und Unternehmensförderung
- Aus- und Weiterbildung
- Innovation und Umwelt
- International
- Recht und Steuern

sind wir kundenorientierter Dienstleister für die Unternehmen der Region.
In dem, was wir tun, folgen wir unserem Kundencredo:

„Wir machen uns stark für Ihren Erfolg.“

Herausgeber:

Industrie- und Handelskammer Ostwürttemberg
Standortpolitik
Postfach 14 60, 89504 Heidenheim
Büroanschrift:
Ludwig-Erhard-Straße 1, 89520 Heidenheim
Tel. 07321 324-0
Fax 07321 324-169
zentrale@ostwuerttemberg.ihk.de
www.ostwuerttemberg.ihk.de

Ansprechpartner und Verfasser:

Sascha Geißler
Praktikant

Markus Schmid
Leiter Standortpolitik
Tel. 07321 324-183
Fax 07321 324-169
schmid@ostwuerttemberg.ihk.de

Stand: Mai 2014

©2014 IHK Ostwürttemberg. Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck oder Vervielfältigung auf Papier und elektronischen Datenträgern sowie Einspeisung in Datennetze nur mit Genehmigung des Herausgebers. Alle Angaben wurden mit größter Sorgfältigkeit erarbeitet und zusammengestellt. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts sowie für zwischenzeitliche Änderungen übernimmt die IHK Ostwürttemberg keine Gewähr.

(Fotoquellen: Titelseite: Marco 2811 - Fotolia.com; Seite 4: cirquedesprit - Fotolia.com; Seite 11: drubig-photo - Fotolia.com; Seite 36: contrastwerkstatt - Fotolia.com)

INHALT

I.	Einführung	Seite 05
<hr/>		
II.	Willkommenskultur	Seite 06
	Herausforderung	Seite 06
	Was würden Sie erwarten?	Seite 07
	Die Kommune als Marke	Seite 07
	Gemeinsame Verantwortung	Seite 08
<hr/>		
III.	Der Weg zur Willkommenskultur	Seite 10
III.1	Teil A: Ist – Analyse: Strategie / Konzept	Seite 12
III.2	Teil B: Service für Neubürger	Seite 14
III.2.1	Informationen & Service	Seite 16
III.2.2	Ansprechpartner & Betreuung	Seite 18
III.2.3	Umzug	Seite 20
III.2.4	Einführung & Begrüßung	Seite 22
III.2.5	Integration in die Kommune und Region	Seite 24
III.3	Teil C: Umsetzung	Seite 28
<hr/>		
IV.	Willkommenskultur in Ostwürttemberg	Seite 29
	IHK Audit: „Ausgezeichneter Wohnort für Fach- und Führungskräfte“	Seite 29
	Kommunale Willkommenskultur und Unternehmen	Seite 33
	Internationaler Club Ostwürttemberg	Seite 35
	Job für 2	Seite 36
	Fachkräfte Willkommen – Region sichert Nachwuchs	Seite 37
<hr/>		
V.	Visionen für die Zukunft	Seite 38
<hr/>		



**Herzlich
Willkommen**

I. Einführung

Der demographische Wandel stellt Regionen vor besondere Herausforderungen. Da die Zahl der Bevölkerung aufgrund der niedrigen Geburtenraten abnimmt, müssen Kommunen zunehmend darauf achten, auch für Zuzügler aus anderen Regionen oder gar dem Ausland attraktiv zu sein. Gerade Kommunen im ländlichen Raum stehen hier vor besonderen Herausforderungen. Dies erfordert ein neues Denken und neue Strategien. So wie Unternehmen an ihrer Arbeitgeberattraktivität arbeiten müssen, muss es den Kommunen gelingen, eine attraktive Marke als Wohn- und Arbeitsort aufzubauen. Dabei werden die Willkommenskultur und der Service für Neubürger zu einem wichtigen Instrument.

Die IHK Ostwürttemberg hat im Jahr 2013 das Audit „Ausgezeichneter Wohnort für Fach- und Führungskräfte“ gestartet. Die Kommunen der Region konnten sich um die Auszeichnung bewerben. Die Städte Aalen, Ellwangen, Heidenheim, Heubach und Schwäbisch Gmünd haben dies erfolgreich getan. Die Städte konnten zeigen, dass sie sich bereits auf vielfältige Weise mit dem Thema Willkommenskultur beschäftigen. Um gutes noch besser zu machen, möchte die IHK Ostwürttemberg das Thema Willkommenskultur in der Region weiter vorantreiben und den Kommunen weitere Ideen aufzeigen.

Mit diesem Leitfaden soll den Kommunen nicht nur der Einstieg ins Thema erleichtert werden. Mit deutschlandweit und teilweise grenzübergreifend recherchierten Best Practice-Beispielen sollen auch Anregungen für die Weiterentwicklung der Serviceangebote gemacht werden. Willkommenskultur spielt bei der Werbung um Fach- und Führungskräfte sowie Neubürgerinnen und Neubürger eine wichtige Rolle. Unternehmen betätigen sich schon länger in diesem Bereich und haben Programme zur Steigerung der unternehmensinternen Willkommenskultur gestartet und Maßnah-

men zur erfolgreichen Integration neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter entwickelt.

Willkommenskultur endet aber nicht an den Unternehmensgrenzen. Hier sind die Region, Kommunen, Unternehmen und die Bürgerinnen und Bürger gleichermaßen gefordert und sollten beim Thema Willkommenskultur an einem Strang ziehen.

Kommunen können auch in Kooperation mit anderen Akteuren vor Ort, bspw. Unternehmen, Bürgern oder Vereinen, sicherstellen, dass die Neubürgerinnen und Neubürger besser in ihr Umfeld integriert werden. Willkommenskultur kann, wenn sie richtig gelebt und umgesetzt wird, einen wichtigen Teil der Standortmarke Kommune darstellen und damit positiver Standortfaktor sein.

Willkommenskultur dient zur Standortinformation und Standortbewerbung. Das Ziel ist es, Fach- und Führungskräfte als dauerhafte Neubürgerinnen und Neubürger begrüßen und halten zu können. Die Kommune sollte sich diesen Neubürgern annehmen und auf die jeweils spezifischen Bedürfnisse eingehen können. Der Neubürger-Service setzt sich mit allgemeinen Themen wie Informationen zum Umzug, aber auch mit immer individuelleren Wünschen auseinander. Informationen über Schulen oder Kindertagesstätten, Fragen zur Freizeitgestaltung oder die Wohnortsuche sollten genauso beantwortet werden, wie Fragen von internationalen Zuwanderern. Informationsweitergabe und kundenorientierte Kommunikation sind wesentliche Elemente der Willkommenskultur auf kommunaler Ebene.

Gefällt den Neubürgern und ihren Familie die neue Wahlheimat, werden sie diese positiven Erfahrungen und Erlebnisse weitergeben und nach außen tragen und damit selbst zu Botschaftern der kommunalen Standortwerbung.

II. Willkommenskultur

Willkommenskultur ist eine Haltung, die durch Freundlichkeit geprägt ist und durch Offenheit, Respekt und Toleranz zum Ausdruck bringt, dass Neuankommende „Willkommen“ sind. Des Weiteren begleitet sie die Neuangekommenen auf dem Weg der Integration. Sie stoppt nicht an der Türschwelle mit „Willkommen“, sondern lädt mit einem „Kommen Sie doch herein“ aktiv zur Teilnahme ein.

Herausforderung

Die Hauptursache für einen Wechsel des Lebensmittelpunktes ist ein neuer Arbeits- oder Ausbildungsplatz. Bereits mit deutlichem Abstand ist der Nachzug zum Lebenspartner/-in Motiv für einen Umzug. Wenn auch Kommunen zumindest beim Arbeitsplatz nur bedingt Angebote bieten können, so haben sie aber Einfluss auf Standortfaktoren, wie Angebote im Bereich Bildung, Wohnen, Gesundheit. Nur die Standortfaktoren weiterzuentwickeln reicht aber nicht, vielmehr muss die Attraktivität auch aktiv vermarktet werden und versucht werden, Alleinstellungsmerkmale zu entwickeln.

Auf Bundesebene geht es um die generelle Anwerbung von (zukünftigen) Fach- und Führungskräften vornehmlich aus dem Ausland, welche dann aufgrund ihrer Arbeit nach Deutschland ziehen. Im 1. Halbjahr 2013 zogen rund 555.000 Personen aus dem Ausland nach Deutschland (DESTATIS, 2013). In der Mehrzahl werben Regionen und die dort angesiedelten Unternehmen aber um Fach- und Führungskräfte aus Deutschland. Neben der Attraktivität des neuen Jobs oder dem Ausbildungsangebot gewinnt die Lebensqualität einer Kommune/Region ebenfalls zunehmend an Bedeutung.

Im Jahr 2012 zogen insgesamt 14.875 Personen nach Ostwürttemberg. 5.702 von diesen zogen aus anderen Regionen innerhalb Baden-Württembergs nach Ostwürttemberg. 3.861 Personen kamen aus den anderen Bundesländern und 5.312 Personen zogen aus dem Ausland nach Ostwürttemberg. Gleichzeitig war die Zahl mit 13.956 Fortzügen über die Grenzen Ostwürttembergs hinweg aber ebenfalls sehr hoch. Dies bedeu-

tet ein Plus von 919 Bewohnern in Ostwürttemberg für das Jahr 2012 (Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2014).

Willkommenskultur setzt auf den verschiedenen Ebenen an. Zunächst gilt es, meist ohne persönlichen Kontakt zu potenziellen Neubürgern, überhaupt als möglicher Lebensort wahrgenommen zu werden. Hier sollten sich Kommunen auch bewusst sein, dass Unternehmen in der Region wichtige Multiplikatoren für die Wahl des Wohnortes sein können. Je näher die Kommune in die engere Auswahl eines potenziellen Neubürgers oder einer potenziellen Neubürgerin kommt, umso individueller und detaillierter meist die Wünsche. Die Kommune kann hier punkten, wenn sie den Umzug erleichtert und diesen nicht nur als formalen Akt einer Ummeldung betrachtet. Ist der Single oder die Familie hergezogen, endet Willkommenskultur noch lange nicht. Jetzt muss es darum gehen, die Neubürger in der Kommune zu halten und so zu integrieren, dass sie sich wohlfühlen.

Die kommunale Willkommenskultur setzt also in aller Regel nach der Wahl eines Arbeitsplatzes oder Ausbildungsplatzes in der Region an. Die Herausforderung liegt darin, hierfür Ideen, Konzepte zu finden. Dabei empfiehlt sich eine enge Kooperation mit regionalen Institutionen, Hochschulen und Arbeitgebern, aber auch engagierten Bürgerinnen und Bürgern, Vereinen vor Ort. Nur so kann es gelingen, die fast 15.000 neu nach Ostwürttemberg gezogenen Personen auch langfristig für ein Bleiben zu motivieren.

Was würden Sie erwarten? Auf die Zielgruppe kommt es an!

Ehepaar: er arbeitet in Stuttgart, sie hat eine neue Stelle in Aalen. Wissen Sie, wie gut man mit dem ÖPNV beide Arbeitsorte erreicht?

Spitzenführungskraft sucht Wohnort in der Nähe von Heidenheim. Bisher hat er in London gearbeitet und hat Angst, dass kulturell in der Region nichts los ist.

27-Jähriger, alleinstehender Handwerker sucht eine Bleibe in Königsbronn und erkundigt sich nach den Ausgelmöglichkeiten fürs Wochenende und ÖPNV-Anbindungen in der Nacht.

Eine 47-jährige Ärztin mit Familie zieht in die Region. Mann hat noch keine Arbeit in der Region und die Kinder sollen eine sehr gute Schule besuchen.

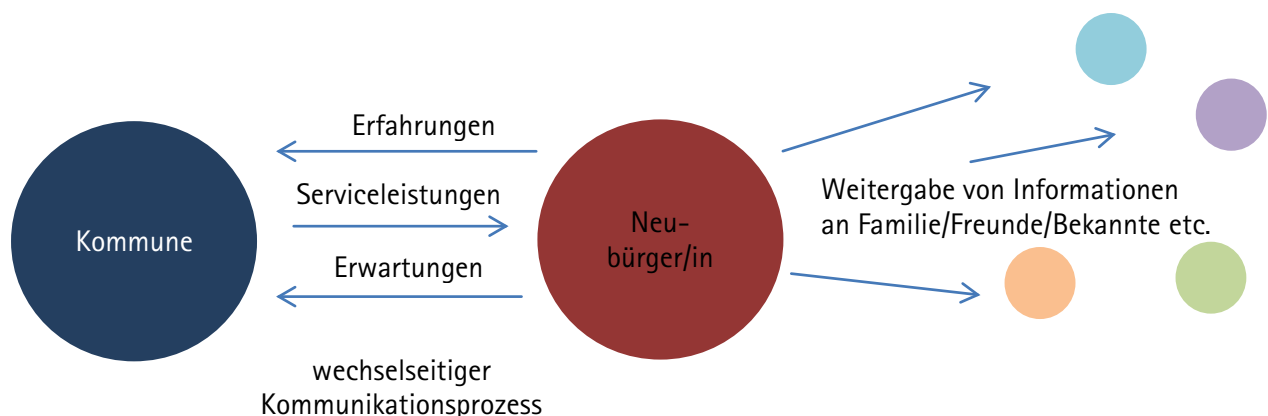
Eine Chinesin, verheiratet mit einem Deutschen, suchen einen bilingualen Kindergarten in der Nähe von Schwäbisch Gmünd.

... und könnten Sie als Kommune diese Erwartungen erfüllen?

Die Kommune als Marke, die Neubürgerinnen und Neubürger als Kunden

Kommune und Neubürgerinnen und Neubürger stehen in einem wechselseitigen Verhältnis, das von Erwartungen geprägt ist. Die Kommunikation zwischen diesen kann auf verschiedene Arten stattfinden. Eine wäre beispielsweise das indirekte Aufeinandertreffen im Internet. Dort rufen die Interessierten Informationen ab, welche die Kommunen dort bereitgestellt haben. Direkter Kontakt findet hingegen dann statt, wenn sich Interessierte mit einer Frage per Mail, Telefon oder persönlich direkt an eine Mitarbeiterin oder einen Mitarbeiter der Kommune wenden. Auf diese Kommunikationsarten sollte sich die Kommune vorbereiten und passende Informationen anbieten können. Den Neubürgern sollte das Gefühl gegeben werden, dass ihre Anfragen ernst genommen und beantwortet wer-

den. Die Kommune kann sich auf diese Art und Weise ein positives Image aufbauen, sofern die Neubürgerinnen und Neubürger mit dem Service zufrieden sind. Sind diese zufrieden, werden sie sich eher für einen Zuzug in ihre Kommune entscheiden oder im entgegengesetzten Fall Alternativen suchen. Entsprechend des gewonnenen Eindruckes, werden die Neubürgerinnen und Neubürger die Kommune weiterempfehlen oder von dieser abraten. Willkommenskultur sollte also unbedingt als eine Möglichkeit gesehen werden, für einen Umzug in die Kommune zu motivieren, die Attraktivität einer Kommune über die regionalen Grenzen hinweg zu vergrößern und über diesen Weg Werbung für die Kommune machen zu können.



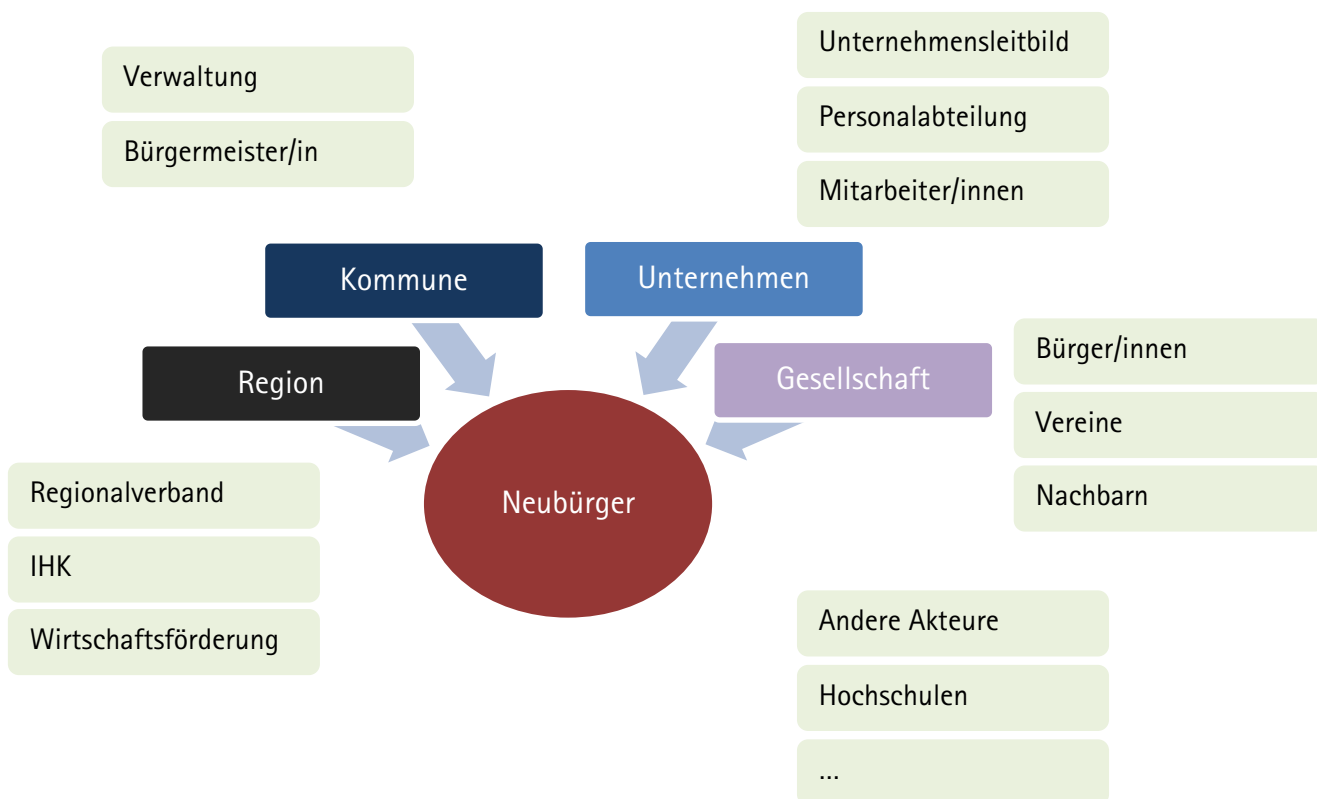
Gemeinsame Verantwortung

Der Aufbau einer Willkommenskultur ist in erster Linie die Aufgabe der gesamten Kommune und ihren Akteuren und damit klar politische Chefsache. Hier sind unter anderem die unterschiedlichen Dezernate innerhalb des Rathauses gefordert. Doch Willkommenskultur endet nicht vor der Rathausstür. Bei diesem Thema müssen Kooperationen aufgebaut und weiterentwickelt werden.

Kooperationen mit oder eigene Initiativen anderer Akteure vor Ort, können die Bemühungen der Kommune selbst sinnvoll ergänzen. Unternehmen und Bürgerinnen und Bürger können sich ebenfalls am Thema beteiligen. Diese Beteiligung kommt aber in der Regel erst dann zum Tragen, wenn die Neubürgerin und/oder der Neubürger schon vor Ort ist. Unternehmen und Bürgerinnen und Bürger können durch verschiedene Hilfestellungen dazu beitragen, dass sich Neubürgerinnen und Neubürger schnell und unkompliziert in die

Kommune einleben und am Leben in dieser teilnehmen können. Beispielhaft seien Patenschaften zwischen alteingesessenen Bürgern und den Neubürgern zu nennen. Oder in Kooperation mit Unternehmen entwickelte Willkommenspakete.

Beim Thema Willkommenskultur ist zudem vor kommunaler Kirchturmpolitik zu warnen. Denn aufgrund der unterschiedlichen Interessen und Wünsche der Neubürger lassen sich diese selten alleine vor Ort befriedigen. Der Lebensalltag endet heute nicht mehr an der Gemeindegrenze. Vielmehr müssen Kommunen und Region gemeinsam daran arbeiten, an möglichst vielen Stellen Attraktivität zu entwickeln. Gerade die Vielfalt der Kommunen bietet hier enorme Chancen. Nur durch erfolgreiche Kooperationen gewinnt eine Gesamtregion und damit alle ihre Teile an Attraktivität und hat die Chance als Marke wahrgenommen zu werden.



	DEUTSCHLAND	OSTWÜRTTEMBERG
WOHN-EIGENTUM Quote in %	41,6	57,4
PREISE BAUREIFES LAND Euro / m ²	130	98
KAUFKRAFT	100	109

Erstaunliches Ostwürttemberg:

EIN HÄUSCHEN IM GRÜNEN IST DER TRAUM VON VIELEN. BEI UNS IST ES DER NORMALFALL



Ostwürttemberg. Raum für Talente und Patente

WWW.FACHKRAEFTE-OSTWUERTEMBERG.DE

Mit tatkräftiger Unterstützung von

III. Der Weg zur Willkommenskultur

In diesem Abschnitt geht es um den Aufbau und die konkrete Umsetzung einer Willkommenskultur. Das Vorgehen lässt sich in drei Teilbereiche untergliedern.

In **Teil A** geht es um die Analyse dessen, was derzeit in Sachen Neubürgerservice der Status quo in der Kommune ist. Fragen die es zu beantworten gilt, sind unter anderem

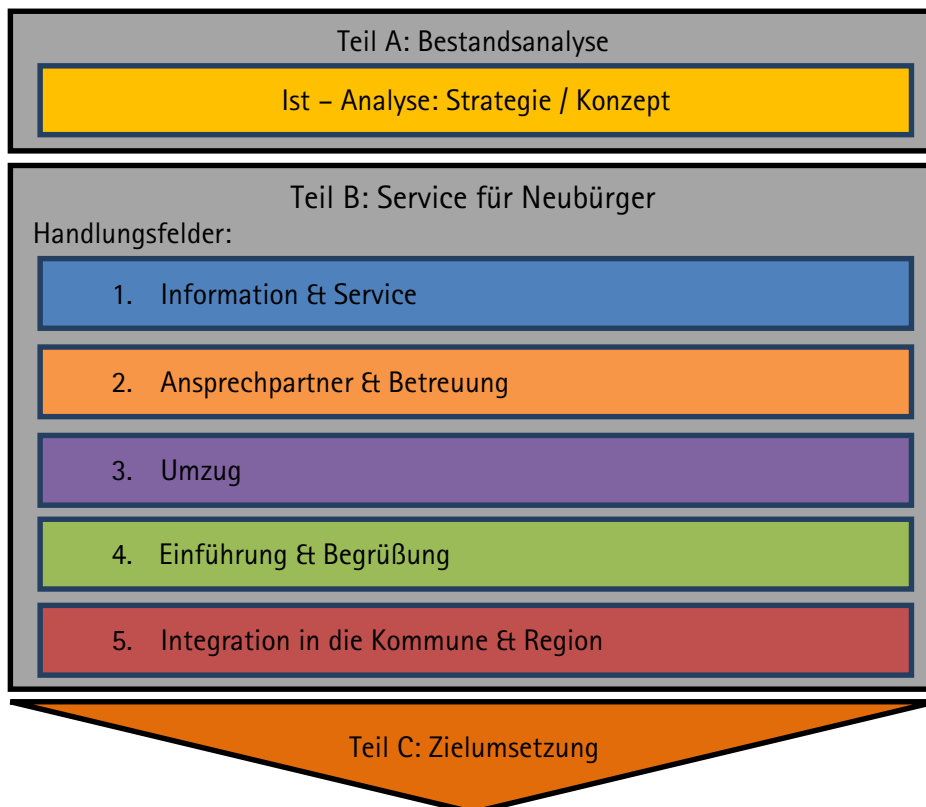
- Welche Informationen werden angeboten und wie werden diese präsentiert?
- Welche Personen sind beteiligt? Wer hat die Gesamtverantwortung, etc.?

Teil B zeigt die verschiedenen Handlungsfelder beim Neubürgerservice auf. Zur Veranschaulichung werden zusätzlich gute Beispiele aus der Praxis vorgestellt. Diese sollen interessierten Kommunen neue Ideen geben, um zu überlegen, wie sich dies in der eigenen Gemeinde realisieren ließe.

Die konkrete Umsetzung der Handlungsfelder in die Praxis ist Inhalt von **Teil C**. In dem Prozess muss die Kommune für sich entscheiden, was sie anbieten möchte und ob hierfür auch die notwendigen Ressourcen zur Verfügung stehen.

Dabei geht es nicht primär um finanzielle Mittel. Vielmehr gilt es bestehende Prozesse zu optimieren, vorhandene Angebote besser zu kommunizieren und die Beschäftigten in der Kommune für das Thema zu sensibilisieren. Denn eine erlebbare Willkommenskultur setzt vor allem bei den Menschen an. Alleine die Hilfsbereitschaft der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und deren Bereitwilligkeit Informationen zu geben und die richtigen Informationen parat zu haben, kann einiges ändern.

Die im Folgenden dargestellten Maßnahmen und Beispiele sollen aufzeigen, wie eine Kommune beim Thema Willkommenskultur vorankommen kann und sollen zugleich eine erste Orientierung bieten.



Quelle: Verändert nach: www.paktzukunft.de



III.1 Teil A: Ist – Analyse: Strategie / Konzept

Der erste Schritt befasst sich mit der strategischen Entwicklung und dem Aufbau eines Konzeptes. Es geht darum festzustellen, auf welchem Stand sich die Kommune derzeit im Bereich Willkommenskultur befindet und welche weitergehenden Handlungsbedarfe es gibt.

Als Erstes geht es um das Sammeln von **konkreten Fakten**, die mit dem Thema Neubürger(-service) zu tun haben.

- Wie viele Anfragen zwecks eines Umzuges gibt es in der Kommune jedes Jahr?
- Wie viele tatsächliche Zuzüge finden statt?
- Welche Ressorts sind von einem Zuzug, bzw. der Anfrage eines Neubürgers betroffen?
- Welche Kapazitäten werden derzeit im Bereich Willkommenskultur eingesetzt?
- Welche Neubürger kommen in die Kommune? Familien, Studenten, Fach-, Führungskräfte etc.?
- Gibt es bereits ein kommunales Leitbild?
- Sind Stärken, aber auch Schwächen der Kommune identifiziert worden?

Anschließend sollte eine **Arbeitsgruppe etabliert** werden, die sich mit dem Thema Willkommenskultur in der Kommune beschäftigt. Die Mitglieder der Arbeitsgruppe sollten sich möglichst aus allen betroffenen Fachabteilungen zusammensetzen. Die Benennung von Verantwortliche für die einzelnen Bereiche, ist ebenfalls sinnvoll, so gibt es konkrete Ansprechpartner für Fragestellungen.

Bei der Analyse des derzeitigen Standes, können folgende drei Ebenen einen geeigneten Arbeitsrahmen bilden:

- Konzepte-Ebene
- Kommunikations-Ebene
- Aktions-Ebene

(Quelle: www.demo-online.de/content/willkommen-ih-r-buerger)

Konzepte-Ebene

In der Konzepte-Ebene geht es um das Herausarbeiten von Konzepten, die den Neubürgerservice verbessern sollen. Dazu ist es wichtig zu analysieren, welche Abläufe und Prozesse derzeit in der Kommune stattfinden und wie gut diese funktionieren.

- Sind Abläufe und Prozesse auf die Bedürfnisse von Neubürgern abgestimmt?
- Hat die Kommune ein ausgearbeitetes Konzept im Bereich Willkommenskultur, das auch verfolgt wird?
- Gibt es ein spezielles Konzept für Fach- und Führungskräfte, etc.?

➔ Prioritäten setzen, welche Zielgruppen als Neubürger gewonnen werden sollen.

Kommunikations-Ebene

Sollen Neubürger angelockt werden und für einen Umzug in die Kommune motiviert werden, muss Marketing betrieben und versucht werden, eine Marke für diese aufzubauen.

Der erste Kontakt findet in aller Regel über das Internet statt, also die Homepage der Kommune. Hier sollte überlegt werden, welches Image von der Kommune präsentiert werden soll. Auf dieser Ebene kann bereits sehr viel gewonnen, bei falscher Aufbereitung aber auch verloren werden. Ein/e Interessierte/r, muss sich beim Besuch der Homepage willkommen fühlen und einen guten Eindruck der Kommune erhalten. Beim Verlassen der Seite sollte die potenzielle Neubürgerin oder der potenzielle Neubürger alle nötigen Informationen in der Hand haben und für einen Umzug in die Kommune motiviert und nicht abgeschreckt sein. Der Internetauftritt bietet auch die Möglichkeit, bestimmte Zielgruppen gezielt anzusprechen. Beispielsweise können junge Familien angesprochen werden, in dem auf Betreuungsangebote, Schulen und Karrieremöglichkeiten für beide Partner in der Kommune oder Region hingewiesen wird.

- Fühlt man sich beim Besuch der Homepage oder einem persönlichen Besuch in der Kommune (Verwaltung) willkommen?
- Sind benötigte und dargestellte Informationen übersichtlich und leicht abrufbar?
- Wird ein Eindruck vom Leben in der Kommune vermittelt?

→ Konzept sowie entsprechendes Marketing aufbauen und umsetzen, um so die Aufmerksamkeit von potenziellen Neubürgern zu erhalten.

Aktions-Ebene

Tatkräftig unterstützen, wer als Neubürger in die kommt. Dieser Satz fasst die Aktionsebene sehr gut zusammen. Sollen Neubürger gewonnen werden, dann sollten diese auch beim Umzug in die Kommune unterstützt werden. Dies geschieht auf verschiedenen Kanälen.

Ein Kanal der Unterstützung findet indirekt über die Homepage, Broschüren und anderes Material statt, welches der Neubürger oder die Neubürgerin an Informationen zu einem Umzug in die Kommune erhalten kann. Der Maßnahmenbereich **Information & Service** gibt Informationen und Beispiele, wie ein einfacher Einstieg aus Sicht der Neubürger in das Thema aussehen kann.

Der Maßnahmenbereich **Ansprechpartner & Service** ist ein Kanal, der auf persönlicher Kommunikation aufbaut. Hier geht es um die Bereitstellung von Informationen und Beratungsangeboten, das über Information & Service hinausgeht. Vor allem individuelle Lösungen spielen hier eine immer bedeutendere Rolle. Individuelle Lösungen für einen Umzug und ein Konzept, das den individuellen Bedürfnissen des Neubürgers und seiner Familie gerecht wird, sind Punkte, mit denen gerade kleinere Kommunen für einen Umzug motivieren und punkten können.

Umzug, beschreibt einen Maßnahmenbereich, der sich speziell mit der Wohnungssituation der Neubürger beschäftigt. Angebote im Bereich der Wohnortsuche,

Informationen über freie Immobilien, Mietspiegel oder Plattformen, über die sich die Neubürger über eine neue Wohnung informieren können, sollen hier behandelt werden. Dabei können verschiedene Kommunikationswege gewählt oder kombiniert werden, persönliche Beratung oder Informationen im Internet sind geeignete Serviceleistungen. Darüber hinaus können bspw. auch regionale Unternehmen beworben werden, die bei einem Umzug in ihre Kommune unterstützen können oder ähnliche andere regionale Angebote.

Im Bereich der **Einführung & Begrüßung** in die Kommune geht es um Maßnahmen, die nach einem Zuzug in diese stattfinden können, um die Neubürger in das Umfeld vor Ort einzuführen. In diesem Bereich gibt es verschiedene Instrumente. Dabei sollte auch geprüft werden, ob hier Kooperationen mit anderen Akteuren möglich sind.

Der Bereich **Integration in die Kommune & Region** stellt eine besondere Herausforderung dar, da dieser durch die kommunale Verwaltung nur begrenzt beeinflussbar ist. Wie gut Neubürger sich in das soziale Umfeld der Kommune integrieren können, hängt zu einem großen Teil von den Bürgern ab sowie von den Neubürgern selbst. Die Kommune kann aber durch kleine Hilfestellungen Anreize für beide Seiten geben und Gelegenheiten für ein Kennenlernen schaffen.

Nachdem die Kommune den aktuellen Stand analysiert und die verschiedenen Maßnahmenbereiche betrachtet hat, geht es in Teil C um die Umsetzung. Die Erstellung eines Zeitplanes mit den Konzepten, die umgesetzt werden sollen sowie eine Evaluation der umgesetzten Maßnahmen können helfen, einen hohen Servicegrad zu erreichen. Die Best-Practice-Beispiele sollen Ideen geben, was in den einzelnen Bereichen umgesetzt werden kann. Die meisten der vorgestellten Beispiele sind nicht besonders kostenintensiv, sondern erfordern etwas Arbeitszeit, in der es um die Analyse und Recherche geht sowie die anschließende Aufbereitung und Darstellung von Informationen.

Die Kommune sollte also diejenigen, die als Neubürger in diese ziehen möchten, tatkräftig unterstützen.

III.2 Teil B: Service für Neubürger

Die Erarbeitung von konkreten Serviceleistungen für Neubürger, welche die Kommune mit vorhandenen Mitteln auch umsetzen kann, ist Inhalt dieses Kapitels. Kleinere Kommunen müssen keine hohen Investitionen tätigen, um einen guten Service anbieten zu können. Gerade kleinere Kommunen haben den Vorteil, dass diese leichter eine individuelle Beratung bewerkstelligen können. Diese können einen einheitlichen Ansprechpartner bieten, der kompetent für sämtliche Belange als Ansprechpartner dienen kann. Komplizierte Verwaltungsstrukturen besitzen kleine Kommunen in der Regel nicht und können daher mit Übersichtlichkeit und kurzen Bearbeitungszeiten punkten. Kleine Kommunen haben also auch klare Vorteile bei der Gewinnung von Neubürgern. Diese Punkte herauszustellen, welche die Kommune von anderen heraushebt, gilt es im Bereich der Serviceleistungen herauszuarbeiten (Konzept), zu präsentieren (Marketing) und anschließend zu leben (Aktion). Willkommenskultur hängt nicht notwendigerweise von einem großen Budget ab. Ein Neubürger, der sich in der Kommune wohlfühlen soll, muss dies auch kommuniziert bekommen.

Was kann die Kommune tun?

Die Kommune kann sich überlegen, über welche Kanäle welche Informationen kommuniziert werden sollen. Verschiedenste Kommunikationskanäle sind für die Erarbeitung einer Willkommenskultur und der Serviceleistungen für Neubürger denkbar:

- Homepage oder Auskunft per Mail
- Broschüren / Flyer
- Telefon
- Persönlich in der kommunalen Verwaltung
- Persönlich in Unternehmen, die neue Mitarbeiter begrüßen, die ebenfalls Neubürger sind
- Persönlich durch Bürgermeister, Ortsvorsteher
- Neubürger-Empfang
- Andere Kanäle, die bisher noch nicht im Bereich Willkommenskultur eingesetzt werden, bspw. Messenger Services
- Mentoren / Paten, ...

Die Inhalte, die über die verschiedenen Kanäle kommuniziert werden, sollten verschiedene Kriterien erfüllen:

- Inhalte und Informationen sollten übersichtlich und strukturiert dargestellt werden
- Werden verschiedene Kommunikationskanäle verwendet, sollten diese aufeinander aufbauen und nicht für Verwirrung sorgen
- Keine unnötige Informationsflut schaffen, sondern durch qualitativ hochwertige und strukturierte Informationen punkten
- Zielgruppenorientierte Darstellung von Informationen und Inhalten

Um die richtigen Inhalte und Informationen zu finden, die ein Neubürger bei einem Zuzug benötigt, muss die Kommune sich in die Neubürger hineindenken und aus deren Blickwinkel Abläufe und Prozesse ausarbeiten, die ein Neubürger erledigen muss bzw. welche Fragen er oder sie hat.

Möchte sich eine Kommune als Marke von anderen Kommunen abheben, langt es nicht mehr aus, nur die notwendigen Formulare zu verteilen. Kommunen können sich dann von der Masse abheben, wenn diese über die ihnen durch den Gesetzgeber vorgegebenen Pflichten hinaus agieren. Schafft es eine Kommune, sich hier abzuheben und mit zusätzlichem Service auf sich aufmerksam zu machen, dann kann die Kommune als Marke unter ihren Kunden (Bürgern und Neubürgern) punkten und macht sich für diese erst richtig attraktiv.

Die Kommune sollte versuchen, ihre Aufgaben und Informationen, die ein Neubürger benötigt (bspw. Einwohnermeldeamt etc.) mit Informationen zu erweitern, die ein Umzug in die Kommune ebenfalls mit sich bringt (GEZ, KFZ-Ummeldung, Informationen zu Banken und Ärzten vor Ort etc.). Das bloße Darstellen und Präsentieren der Informationen langt aber nicht aus. Die Kommune sollte auf Ansprechpartner in der Kommune oder in anderen Ämtern verweisen und dortige Ansprechpartner, Kontaktdaten und Öffnungszeiten nennen. Ebenfalls sollten Check-, Lauflisten für die neuen Bürger erstellt werden, die alle Informationen

zum Umzug beinhalten. Mit diesen Informationen können sich Neubürger einen schnellen Überblick verschaffen, sich an entsprechende Stellen wenden und die notwendigen Dokumente einfach auffinden und abrufen. Die Neubürger können mit der Hilfe der Kommune viel Zeit sparen. Aufgabe der Kommune ist es, die Informationen immer auf dem aktuellsten Stand zu halten.

Bei der Arbeit im Bereich Neubürger-Service sollte auch an innovative Möglichkeiten, die im sinnvollen Rahmen von einer Kommune wahrgenommen werden können, bedacht werden. Beispiele für entsprechende Serviceleistungen sind:

- Individuelle Terminvereinbarung nach 18 Uhr und am Wochenende
- Zusammenarbeit mit Unternehmen: Spezielle Angebote für die Betriebe
- Informationen in anderen Sprachen
- Willkommenspakete (z.B. Gutscheine, Stadtkarte, ÖPNV-Schnupperkarte, etc.)
- Stadtbesichtigungen
- Begrüßungsveranstaltungen

Dem Neubürger soll sein Zuzug in die Kommune so angenehm gestaltet werden, wie es nur möglich ist. Der Neubürger soll sich auf den Umzug und das Einleben in die Kommune und Region freuen.

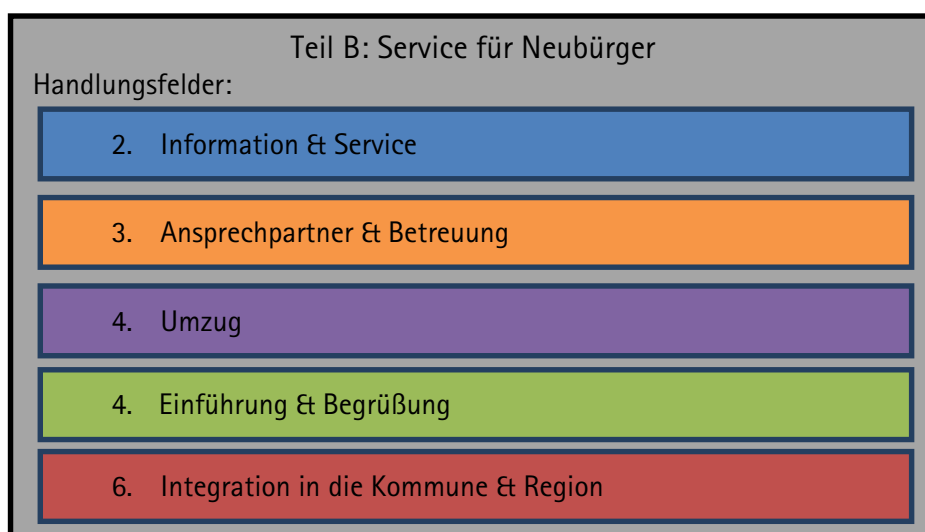
Mit der zunehmenden Digitalisierung der Verwaltung werden auch neue Konzepte immer wichtiger. Die

digitale Behörde ist hier ein wichtiger Stichpunkt. Viele Menschen erledigen Aufgaben immer mehr über das Internet, auch von mobilen Geräten wie Laptops oder Smartphones. Mit E-Government beschäftigen sich Kommunen schon, neu hinzukommt jetzt Mobile Government. Gute Beispiele gibt es für den Neubürger-Service in diesem Bereich noch nicht. Aber vielleicht gibt es entsprechendes Know-How und Kapazitäten in den Kommunen, hier neue Wege zu gehen und einen Umzug in die Kommune mit dem Smartphone planbar und umsetzbar zu machen oder eine „Umzugs-App“ gestalten zu lassen.

Einfluss haben die genannten Konzepte aber schon heute auf die Behörden. Immer mehr online verfügbare Dienstleistungen müssen geschaffen werden, die auch auf die individuellen Fragestellungen von Bürgern und Neubürgern eingehen können sollen und müssen. Dokumente müssen online abrufbar und ausföhlbar sein, auch die digitale Signierung von Dokumenten nimmt zu.

Wenn sich die Kommune mit Serviceleistungen beschäftigt, sollte daran gedacht werden, dass diese die Neubürger bei ihrem Zuzug und Einleben in die Kommune und Region unterstützen sollen und diese Unternehmung nicht verkomplizieren sollen.

Nachfolgend wird detaillierter auf einzelne Handlungsfelder eingegangen und Beispiele aufgezeigt, die eine erste Ideensammlung darstellen sollen.

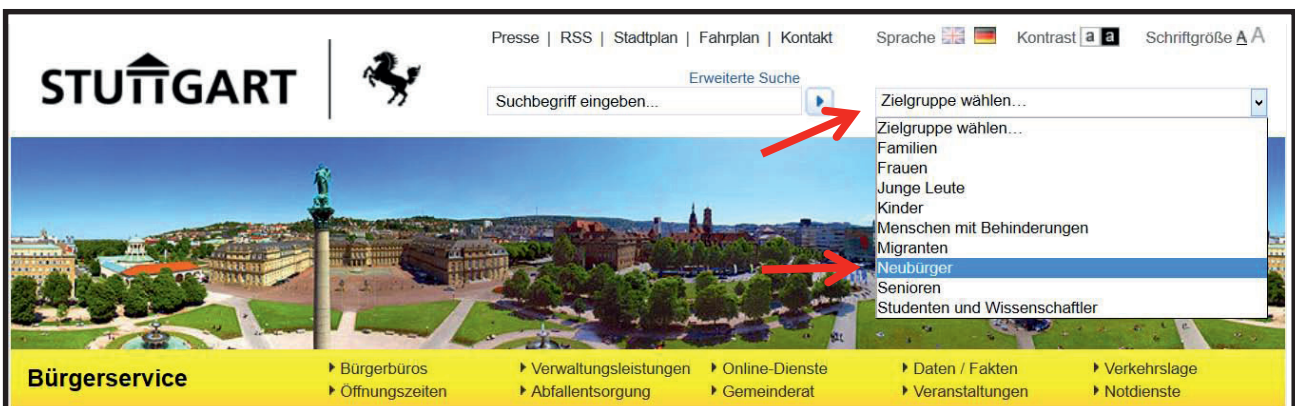


III.2.1 Informationen & Service

Informationen & Service dienen der Orientierung und Unterstützung des potenziellen Neubürgers bei seiner Suche nach einem neuen Wohnort. Besucht dieser die Homepage der Kommune, benötigt dieser entsprechende Informationen über die Kommune und spezielle Informationen, welche den Umzug betreffen. Die Homepage sollte kompakt darstellen, was es bedeutet, in der Kommune zu leben. Bilder und knappe Texte mit den Charakteristiken der Kommune eignen sich hierfür

besonders. Spezielle Informationen betreffen die individuelle Situation der Neubürger, ziehen diese beispielsweise alleine in die Kommune oder mit Familie.

Ein Button auf der Startseite für Neubürger und eine Kategorisierung in verschiedene Zielgruppen erleichtern die Orientierung auf der Homepage. In den Kategorien der einzelnen Zielgruppen, sind dann je spezifische Informationen für diese aufgelistet.



Quelle: www.stuttgart.de

Zielgruppen verdeutlichen

Die Stadt Stuttgart hat auf ihrer Startseite direkt in einem Fenster verschiedene Zielgruppen aufgelistet. In dieser ist auch die Gruppe der „Neubürger“ zu finden. Wird diese angeklickt, erhält man mehr Informationen, die Neubürger betreffen. Zudem werden durch Bilder, andere grafische Darstellungen und die Auflistung aktueller Ereignisse erste Eindrücke von der Stadt und dem Leben in dieser vermittelt.



Quelle: www.esslingen.de

Eigenen Button für Neubürger

Auch die Stadt Esslingen hat eine eigene Rubrik. Darüber hinaus ist noch ein Button „Neubürger“ unter der Kategorie Mensch zu finden. Von der Startseite kann direkt auf entsprechende Informationen zugegriffen werden. Für kleinere Kommune empfiehlt es sich, einen Button „Neubürger“ auf der Startseite zu platzieren, der beim Anklicken auf weitere Informationen weiterleitet.

Sie sind hier: [Zielgruppen - NeubürgerInnen](#)

Service-Seite für Neubürger/innen

Sie sind neu in Offenbach oder planen gerade Ihren Umzug in die Lederstadt? Diese Seite soll Ihnen den Einstieg erleichtern. Hier finden Sie Informationen über behördliche Dienstleistungen von A wie Anmeldung bis Z wie Zulassung und darüber hinaus eine Auswahl nützlicher Hinweise. Wir wünschen Ihnen, dass Sie sich schnell und gut einleben.

Quelle: www.offenbach.de

Informationen – Checklisten – Broschüren

Offenbach verwendet für die Kommunikation mit den Neubürgern vielfältige Kommunikationsformen. Auf der Homepage sind Informationen rund um das Thema Neubürger zu finden. Ebenfalls kann eine 60-seitige Broschüre in deutscher oder englischer Sprache heruntergeladen werden, welche die Neubürger auf ihrem Weg in die Kommune und beim Umzug mit Informationen weiterhilft und unterstützt. Auf der Homepage sind in verschiedenen Kategorien einzelne Punkte aufgelistet, die bei Anklicken zu weiteren Informationen und Ansprechpartnern weiterleiten. So ist eine schnelle und einfache Orientierung möglich.

Offenbach (unten links) verwendet zur Darstellung ein System, bei dem auf weitere Informationen verlinkt wird. Hof (unten rechts) hingegen bietet schon direkt zu den jeweiligen Kriterien einen Ansprechpartner und verlinkt zusätzlich auf weitere Informationen zum Thema (Quellen: www.offenbach.de und www.hof.de).

Checkliste für den Umzug

- ▣ [Strom, Wasser, Gas und Fernwärme anmelden](#)
- ▣ [KFZ ummelden](#)
- ▣ [Bewohnerparkausweis beantragen](#)
- ▣ [Kindergeld](#)
- ▣ [Abfall](#)
- ▣ [Telefon](#)
- ▣ [Radio und TV ummelden](#)
- ▣ [Kabelfernsehen](#)
- ▣ [Aufenthaltsgenehmigungen und -erlaubnis](#)

Wohnungs- oder Immobiliensuche

[Immobilienbörse der Stadt Hof](#)
[Mietspiegel](#)

Ansprechpartner:

Stadt Hof
Zentrale Bauberatung
Goethestr. 1
95028 Hof

Tel. 0 92 81 / 815 1536
Fax 0 92 81 / 815 87 1536
eMail: zentrale.bauberatung@stadt-hof.de

Die dargestellten Beispiele verdeutlichen, wie ein schneller und übersichtlicher Einstieg für Neubürger auf der kommunalen Homepage aussehen kann. Auf der Startseite werden diese gleich direkt angesprochen und auf weitere Themen aufmerksam gemacht, die den Umzug betreffen. In der speziellen Kategorie „Informationen für Neubürger“ werden alle Informationen angeboten, die Neubürger für einen Umzug benötigen und Punkte, die es bei einem Umzug zu erledigen gilt. Wird noch jeweils ein kompetenter Ansprechpartner genannt, können Neubürger individuelle Nachfragen

direkt an eine/n Mitarbeiter/in richten. Mit diesen einfachen Mittel wird für die Neubürger ein gutes Serviceangebot geschaffen.

Übersichtlichkeit, Informationsqualität, sowie die Freundlichkeit und Auskunftsfähigkeit der Mitarbeiter/innen bei individuellen Nachfragen bieten den Neubürgern eine Möglichkeit, sich schnell über alle wichtigen Themen und Notwendigkeiten zu informieren. Die individuelle Beratung wird im nächsten Kapitel vertieft.

III.2.2 Ansprechpartner & Betreuung

Der Bereich Ansprechpartner & Betreuung geht in seiner Servicetiefe über den der Information & Service hinaus, er wird persönlicher. Zudem werden in diesem Bereich andere Kanäle der Kommunikation angesprochen. Information & Service baut in erster Linie auf den Kanal der indirekten Kommunikation über die Homepage der Kommune auf. Ansprechpartner & Betreuung geht auf den Kanal des persönlichen Kontaktes über. Kommunikationsmedien, die in diesem Bereich hauptsächlich verwendet werden, sind das persönliche Gespräch von Angesicht zu Angesicht oder per Telefon, aber auch der E-Mail-Verkehr gehören dazu. Die genannten Kommunikationsformen sind die am häufigs-

ten verwendeten im Servicebereich. Der Verweis auf Ansprechpartner wurde im vorherigen Kapitel aufgezeigt.

Das wichtigste ist, dass Anfragen, egal in welcher Form, die an die Kommune gerichtet werden, auch beantwortet werden. Auch wenn dies banal klingt, ist es eine der wichtigsten Prämissen für einen guten Service. Verschiedene Tests haben gezeigt, dass es immer wieder vorkommt, dass beispielsweise E-Mails von potenziellen Neubürgern nicht beantwortet werden. Dies darf auch dann nicht passieren, wenn diese in Englisch an die Kommune gerichtet werden.

Hamburg Welcome Portal

hamburg.de

Hamburg Welcome Center

WILLKOMMEN IN HAMBURG

Das Hamburg Welcome Center (HWC) im Gebäude der Handelskammer am Alten Wall 11 steht Neubürger/-innen aus dem In- und Ausland bei allen Fragen und Anliegen mit Rat und Tat zur Seite. >

Quelle: www.welcome.hamburg.de

Quelle: www.welcome.hamburg.de

Eigenes Ressort nur für Neubürger

Das Hamburger Welcome Center gilt in Sachen Serviceleistung für Neubürger, als eines der derzeit umfangreichsten. An einem Ort vereinigt, können sich Neubürger über alle Themen rund um den Wohnortwechsel informieren und erhalten notwendige Formulare und persönliche Informationen. Auch Zielgruppen aus dem Ausland werden gezielt angesprochen. „Wir [halten] für ausländische Führungskräfte, Experten/-innen, Wissenschaftler/-innen, Selbstständige und ihre Familien neben vertieften Neubürgerinformationen ein spezielles Angebot für Melde- und Ausländerangelegenheiten vor“, so heißt es auf der Seite des Welcome Centers. So werden nicht nur Informationen weitergegeben, sondern auch ein individuelles Beratungsangebot bereitgestellt.

Quelle: www.berlin.de

Sprachen

Informationen in verschiedenen Sprachen geben zu können ist wichtig. Vor allem Englisch gehört inzwischen zur gängigen Servicesprache dazu. Kleinere Kommunen müssen deshalb nicht ihre gesamte Homepage ins Englische übersetzen lassen. Es sollte aber ein Ansprechpartner verfügbar sein, der bei entsprechenden Anfragen aushelfen kann. Auf der Homepage sollte deutlich werden, dass auch Anfragen in anderen Sprachen ernstgenommen werden und auch beantwortet werden können. Beispielsweise kann hierzu die entsprechende Fahne dargestellt werden, bei deren anklicken man auf eine/n Ansprechpartner/in verwiesen wird. So können sich potenzielle ausländische Neubürger an diese/n wenden. Auch andere Sprachen können so auf der Homepage präsentiert werden. Gibt es beispielsweise einen türkisch sprechenden Mitarbeiter oder eine französisch sprechende Mitarbeiterin in anderen Bereichen der Verwaltung, können diese nach einer Einführung in das Thema, bei Anfragen in der entsprechenden Sprache aushelfen. Gerade kleinere Kommunen können für diesen Arbeit auch ehrenamtliche Bürger/innen einspannen. Mit dieser einfachen Maßnahme, kann auch ausländischen Neubürgern geholfen werden und beispielsweise bei einem persönlichen Treffen in der Verwaltung alle notwendigen Dokumente gemeinsam ausgefüllt werden.

Eine Ansprechpartnerin oder ein Ansprechpartner und die Betreuung durch diese stellen in aller Regel den ersten persönlichen Kontakt zwischen Kommune und den potenziellen Neubürgern dar. Aufgabe der Ansprechpartner ist es, diesen ersten Kontakt so freundlich und serviceorientiert wie möglich zu gestalten. Ein individuelles Serviceangebot, das auf bestimmte Zielgruppen ausgerichtet ist, bedarf einer vorherigen Planung. Die Ansprechpartner müssen auf typische Anfragen aus den jeweiligen Zielgruppen vorbereitet sein und sollte entsprechende Informationen griffbereit haben, um diese an die Neubürger weitergeben zu können.

Zu möglichen individuellen Serviceangeboten können beispielsweise zählen, dass

- ein Ansprechpartner auch nach 18 Uhr zur Verfügung steht, so dass Arbeitnehmer auch nach ihrer Arbeit noch Informationen erhalten können

- Terminvereinbarungen für den Neubürgerservice möglich sind
- Kooperationen zwischen Kommunen und Arbeitgebern eingegangen werden, um den neuen Angestellten sein Einleben in Betrieb und Kommune zu erleichtern

Hat ein Neubürger oder eine Neubürgerin zu einem Mitarbeiter oder einer Mitarbeiterin als Ansprechpartner Kontakt aufgenommen, empfiehlt es sich, dass dieser Mitarbeiter den Neubürger auch weiterhin persönlich betreut. Dadurch ist der entsprechende Mitarbeiter über die Sachlage informiert und der Neubürger muss sich bei erneuten Anfragen nicht immer wieder neu erklären. Auf diese Weise ist eine individuellere Betreuung möglich. Zudem wird die Betreuung persönlicher. Hat der Neubürger oder die Neubürgerin die entsprechenden Kontaktdaten, kann er oder sie sich schnell wieder an den gleichen Ansprechpartner wenden.

III.2.3 Umzug

Hat sich ein potenzieller Neubürger für einen Umzug in die Kommune entschieden, muss er/sie sich mit den Details beschäftigen, die ein Umzug mit sich bringt. Verschiedene Punkte müssen erledigt werden. Eine Wohnung muss gefunden werden, möglicherweise eine Übergangslösung, verschiedene Ämter angelaufen, Betreuungsplätze für die Kinder gefunden werden und so weiter. Ein Umzug bringt viel Arbeit mit sich und beansprucht Zeit. Treffen die Neubürger dabei auf Hindernisse oder müssen komplizierte Prozesse (Verwaltung) durchlaufen, wird das der Kommune keine positive Reputation einbringen. Deshalb kann diese auch hier wieder mit einfachen Mitteln den Neubürgern eine Hilfestellung sein und diese bei ihrem Umzug tatkräftig unterstützen.

Da bei einem Umzug in jeder Kommune andere Stationen angelaufen und an verschiedenen Stellen Informa-

tionen eingeholt werden müssen, empfiehlt es sich, für die entsprechende Kommune eine eigene Check-, Lauf-Liste für Neubürger zu erstellen. Mit deren Hilfe die Neubürger schnell alle nötigen Punkte erledigen können und sofort wissen, an wen sie sich für welche Punkte wenden können. Informationen zum Wohnungsmarkt, freie Baugebiete, Mietpreisspiegel, Informationen über mögliche Transportunternehmen vor Ort etc. sind ebenfalls wichtige Informationen. Es sollte darüber nachgedacht werden, welche Punkte bei einem Umzug immer erledigt werden müssen und wie den Neubürgern für diese Punkte Informationen gegeben und weiterhelfen können. Die Neubürger sollten auch die Möglichkeit haben mit individuellen Fragen an die Kommune herantreten zu können. Der angebotene Service sollte auch beworben werden, so dass sich die Neubürger an diesen wenden können.

[Startseite](#) > [Neubürger](#) > [Umzug und Wohnen in Stuttgart](#)

Umzug und Wohnen in Stuttgart

Sie suchen eine Wohnung oder ein Haus in Stuttgart? Egal ob mieten oder kaufen - hier finden Sie Tipps und Adressen für die Suche und den Umzug.

- ▾ [Welcher Stadtbezirk passt zu Ihnen?](#)
- ▾ [Wohnungssuche - Links im Netz](#)
- ▾ [Immobilien](#)
- ▾ [Mietspiegel und Paket für Neubürger](#)
- ▾ [Umzug](#)

Quelle: www.stuttgart.de

Wohnsituation

Vor einem Umzug muss eine passende Wohnung oder eine Zwischenlösung gefunden werden. Kommunen können auf ihrer Homepage und in Broschüren, sowie im persönlichen Gespräch Informationen zu Wohnungsmarkt, Mietspiegel, Maklern, freien Baugebieten etc. geben. Stuttgart hat dies im Servicebereich für Neubürger umgesetzt.

Checkliste für Neubürger

Was tun nach einem Umzug?

Fachbereich 2 / Einwohnermeldeamt (Nebengebäude, Zimmer 24, [Tel.: 02482/ 85 131](tel:0248285131))

- Anmeldung aller zugezogenen Personen innerhalb einer Frist von einer Woche
- Adressenänderung in den Personalausweisen beim Einwohnermeldeamt

Fachbereich 1 / Steueramt (Rathaus, Zimmer 5, [Tel.: 02482/ 85 125](tel:0248285125))

- steuerliche Anmeldung von Hunden

Fachbereich 3 / Bauamt (Rathaus, Zimmer 20, [Tel.: 02482/ 85 166](tel:0248285166))

- Fragen zur Abfallentsorgung (Abfuhrkalender/Abfuhrtonne)

Quelle: www.hellenthal.de

Checkliste für Neubürger

Die Stadt Hellenthal hat auf ihrer Homepage direkt eine Checkliste für Neubürger eingepflegt. Dort sind zu jeweiligen Punkten Ansprechpartner aufgelistet, sowie deren Dienstleistungen. Im Anschluss an Dienstleistungen der kommunalen Verwaltung, werden noch Informationen zu Bereiche gegeben, die außerhalb der Verwaltung angesiedelt sind.

Neubürgerassistent

Allgemeines

⇒ [Übersicht über Infrastruktureinrichtungen in der Stadtkarte Krefeld](#)

[Stadtpläne bestellen](#)

[Grußkarten zur Benachrichtigung von Freunden, Verwandten...](#)

[Kontakt zur Stadtverwaltung](#)

[Übersicht über alle Dienstleistungen der Stadtverwaltung](#)

Meldepflichtige Dienstleistungen

[Ummeldung - Umzug innerhalb Krefelds](#)

[Anmeldung - Zuzug von einer anderen Gemeinde nach Krefeld](#)

[Rundfunkgebühren: Antragstellung im Bürgerservice](#)

[Lohnsteuerkarte - Änderungen](#)

[Bestellung von Abfallbehältern](#)

[Hundesteuer - An- und Abmeldung](#)

[Sozialhilfe](#)

Quelle: www.krefeld.de

Checkliste für Umzug

Die Stadt Krefeld bietet auf ihrer Internetseite einen „Neubürgerassistenten“. Auf der dortigen Seite sind Informationen zum Thema Umzug aufgelistet sowie eine jeweilige Verlinkung zu weiteren Informationen. Auch eine Checkliste, die als pdf-Datei heruntergeladen werden kann, steht dort zur Verfügung. Auf dieser sind Punkte aufgelistet, die bei einem Umzug erledigt werden müssen. Punkte, bei denen die Stadt Krefeld unterstützen kann, sind markiert.

Die Stadtwerke Augsburg haben ebenfalls eine Checkliste mit vielen Punkten auf ihrer Homepage integriert. Für die Gestaltung gibt es vielfältige Möglichkeiten.

Wenn eine Check- bzw. Lauffliste erstellt wird, sollte sich in die Neubürger hineinversetzt und überlegen werden, welche Stationen und Punkte in der Kommune und auch außerhalb der Verwaltung von den Neubürgern angelaufen werden müssen. Auch eine Gliederung nach Punkten, die unbedingt erledigt werden müssen und welche Informationen darüber hinaus nützlich sind, ist sinnvoll. Vielleicht ist es auch möglich, für jeweilige Zielgruppen notwendige Dokumente in einer Mappe zu sammeln, die kompakt ausgegeben werden kann, so dass sich die Neubürger nicht durch verschiedene Seiten klicken müssen oder verschiedene Behördenstellen anlaufen müssen.

Checkliste

Stressfreier Umzug mit den Stadtwerken Augsburg

Bei einem Umzug ist es wichtig, dass Sie den Überblick behalten. Deshalb gilt: Planen Sie Ihren Umzug frühzeitig. Mit unserer Umzugs-Checkliste wird Ihr Wohnungswechsel ganz einfach. Am besten gleich ausdrucken und alle Punkte abhaken, die Sie bereits erledigt haben. So behalten Sie den Überblick und sind bestens vorbereitet.

Alter Mietvertrag	<input type="checkbox"/>	Fristgerecht und schriftlich kündigen
	<input type="checkbox"/>	Kaution zurückzahlen lassen (auf Zinsen achten)
	<input type="checkbox"/>	Nachmieterfrage klären
	<input type="checkbox"/>	Bei Zentralheizung Ablesung vereinbaren
	<input type="checkbox"/>	Daueraufträge löschen
	<input type="checkbox"/>	Umfang Renovierungsarbeiten mit dem Vermieter klären
	<input type="checkbox"/>	Handwerker für Renovierung beauftragen
	<input type="checkbox"/>	Übernahme Gegenstände durch Vermieter oder Nachmieter klären
	<input type="checkbox"/>	Umzugsfirma beauftragen / LKW mieten
	<input type="checkbox"/>	Arbeitgeber informieren, Umzugsurlaub beantragen
	<input type="checkbox"/>	_____
	<input type="checkbox"/>	_____
	<input type="checkbox"/>	_____
	<input type="checkbox"/>	_____

Quelle: www.sw-augsburg.de

III.2.4 Einführung & Begrüßung

Hat sich eine potenzielle Neubürgerin oder ein potenzieller Neubürger für die Kommune entschieden und ist zu einem/r tatsächlichen Neubürger/in geworden, gibt es viele Möglichkeiten, diese in die Kommune aufzunehmen und zu begrüßen. Maßnahmen, die zur Einführung & Begrüßung durchgeführt werden, haben den Vorteil, dass die Neubürger direkt zum Start des Einlebens in die neue Heimat mit Informationen zu dieser versorgt werden. Viele Kommunen führen zu diesem Zweck, je nach der Zahl von Neubürgern, einen oder mehrere Neubürgerempfänge durch. Auf diesen bekommen die neuen Mitglieder der Kommune Informationen über das Leben und Eigenarten der Kommune,

aber auch die Gelegenheit, sich gegenseitig und Personen aus der Kommune kennenzulernen. Immer größerer Beliebtheit erfreuen sich auch Willkommenspakete für Neubürger. Diese bestehen aus verschiedensten Informationen zur Kommune und kleineren Geschenken oder Gutscheinen. Mit diesem Paket wird beispielsweise in das örtliche Hallenbad oder zu einem Spiel der lokalen Handballmannschaft eingeladen oder aber auch Gutscheine für den ÖPNV beigelegt. Mit diesen kleinen Gaben soll erstens ein Eindruck über die Möglichkeiten in der Kommune gegeben werden, aber die Neubürger auch zur Teilnahme eingeladen werden.

Neubürgerempfang

Rund 200 Bürger waren am 8. Juni im Pegasus dabei

Ein Mal im Jahr lädt Bürgermeister Thorsten Herrmann im Namen des Magistrats alle Neubürger Bensheims zu einem Empfang ein, um die neue Heimat vorzustellen und das Einleben zu erleichtern.

Einer Stadtführung schließt sich ein Empfang im Varieté Pegasus an: Hier bekommt die Verwaltung ein Gesicht.

Sowohl die Ansprechpartner aus der Stadtverwaltung als auch die Vertreter Bensheimer Behörden stellen sich vor. Filmpräsentationen zeigen Aktivitäten in der Stadt, kulturelle Highlights und die vielen Sehenswürdigkeiten, die Bensheim zu bieten hat.

Quelle: www.stadtkultur-bensheim.de



Neubürgerempfang

Ein Neubürgerempfang bietet vielfältige Möglichkeiten. Das Kennenlernen der neuen Heimat steht dabei im Vordergrund. Bei kleineren Kommunen, die keine hohen Neubürgerzahlen haben, steht einem Empfang der Neubürger beim Bürgermeister oder Ortsvorsteher dennoch nichts im Wege. Dieser kann die Neubürger auch persönlich empfangen und ihnen einen kleinen Einblick in die Kommune verschaffen.



Quelle: www.coburg.de/neubuerger

Neubürgerstammtisch

„Hier erfahren Sie Wissenswertes und Hilfreiches rund um Coburg als Lebens-, Wohn- und Arbeitsort und Sie können Kontakte mit anderen Neubürgern und Altbürgern knüpfen“. Der Neubürgerstammtisch ist eine gute Möglichkeit neue Mitbürger in der Kommune zu begrüßen, aufzunehmen und mit Informationen zu versorgen, sowie mit Bürgern der Kommune in Kontakt zu bringen.

- › Rathaus & Service
- › Leben in Regensburg
- › Wirtschaft
- › Kultur
- › Tourismus

Aktuelles

Willkommenspaket für Neubürger/innen

Bei Ihrer persönlichen Anmeldung in einem der Bürgerbüros überreichen wir Ihnen ein sog. "Willkommenspaket" mit vielen wichtigen und interessanten Broschüren rund um Regensburg. Z.B. das aktuelle Kulturangebot, einen Abfallkalender mit den Entsorgungsterminen, Informationen zum Weltkulturerbe u.v.a.m.

Sofern Regensburg Ihr neuer Hauptsitz wird, erhalten Sie zusätzlich zu Ihrem Willkommenspaket einen Gutschein für eine kostenlose Stadtführung, ein zweiwöchiges Zeitungs-Probe-Abo und ein Kennenlern-Ticket des Regensburger Verkehrsverbunds.

Quelle: www.regensburg.de

Willkommenspaket

Das Aushändigen von Willkommenspaketen ist eine geeignete Maßnahme, um Neubürger Willkommen zu heißen und mit vielfältigen Informationen zu versorgen. Ein Willkommenspaket stellt eine Bündelung von verschiedensten Inhalten dar, die den Neubürgern übergeben werden. Inhalte eines Willkommenspaketes können sein: Broschüren, Gutscheine, kleine Aufmerksamkeiten, kommunal spezifische Produkte etc. Diese werden in einer Verpackung kompakt überreicht, beispielsweise in Papiertüten, Stoffbeutel oder aufwendigeren Taschen. Eine weitere Möglichkeit ist die Aushändigung des Willkommenspaketes in verschiedenen Sprachen und an bestimmte Zielgruppen.

Willkommenspaket für Junge Eltern

„Willkommen im Leben - Willkommen in der Stadt Würzburg“, mit dieser Botschaft erhalten junge Eltern von der Stadt Würzburg ein kostenloses Starterpaket um den Eintritt in die neue Lebensphase Familie zu erleichtern.

Quelle: www.wuerzburg.de

Mehrsprachiges Willkommenspaket für alle Neubürger

Willkommen in Mülheim! Hosgeldiniz, Witamy, Welcome - und noch zwölf weitere Sprachen zieren das "Willkommenspaket", das alle Neubürgerinnen und Neubürger ab sofort als Begrüßungsgeschenk erhalten. Der Leitgedanke des Integrationsrates und der Koordinierungsstelle Integration war, insbesondere Migrantinnen und Migranten gezielter anzusprechen und zu begrüßen.

Quelle: www.muehlheim-ruhr.de



Nach dem großen Erfolg der letzten Jahre wurde das Gutscheinheft für Neubürger jetzt neu aufgelegt. Quelle: Stadt Augsburg

Sie sind neu in Augsburg? Dann freuen Sie sich auf zahlreiche kostenlose Möglichkeiten, die Stadt in all ihren Facetten kennenzulernen: mit dem Gutscheinheft "Willkommen in Augsburg". Soeben wurde es neu aufgelegt und bietet jetzt noch mehr Vergünstigungen.

Quelle: www.augsburg.de

III.2.5 Integration in die Kommune und Region

Neubürger in die Kommune zu integrieren, stellt den schwierigsten Maßnahmenbereich in der kommunalen Verwaltung dar. Dennoch gibt es verschiedene Möglichkeiten, Maßnahmen zur Integration zu organisieren. Die Kommune darf nicht vergessen, dass diese vor allem dann von Neubürgern profitiert, wenn diese langfristig bei in dieser bleiben und sich in dort engagieren. Die vielfältigen Möglichkeiten der Kommune und Region aufzuzeigen, ist daher das Ziel der Maßnahmen, sowie das Zusammenführen von Bürgern und Neubürgern. Zur

Information über die vielfältigen Möglichkeiten, welche die Kommune und Region bieten, sind Broschüren und Informationen ein gutes Kommunikationsmittel. Mit diesen kann sich der Bürger auch schon vor dem Zuzug über Möglichkeiten informieren und bekommt einen Eindruck vom Leben in der Kommune und Region. Ist der/die Neubürger/in vor Ort, sind Maßnahmen sinnvoll, welche die verschiedenen Personen miteinander in Kontakt bringen und mit der Kommune und Region selbst.

[Home](#) > Newcomers Guide - Mittelhessen

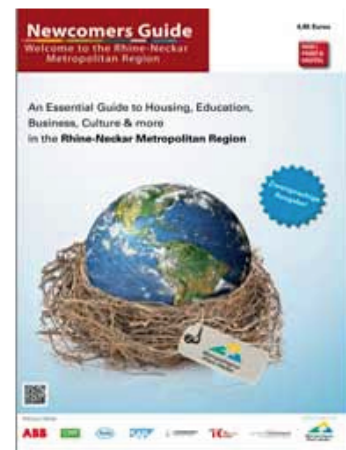
Newcomers Guide - Welcome to the Rhine-Neckar Metropolitan Region

Der Newcomers Guide ist eine nutzerorientierte Publikation und informiert über das Leben und Arbeiten in der Metropolregion Rhein-Neckar. Er ist speziell auf die Bedürfnisse der Neubürger ausgerichtet und führt den Leser Schritt für Schritt durch den Prozess der Eingewöhnung in das Leben dieser Region ein.

Der Newcomers Guide ist in drei verschiedenen digitalen Formaten erhältlich:

- Als eine **kostenlose iPhone Applikation**, mit zahlreichen Videos und Landkarten von der Metropolregion Rhein-Neckar. [Klicken Sie hier um die App im iTunes Store anzuschauen](#)

Quelle: www.newcomers-network.de



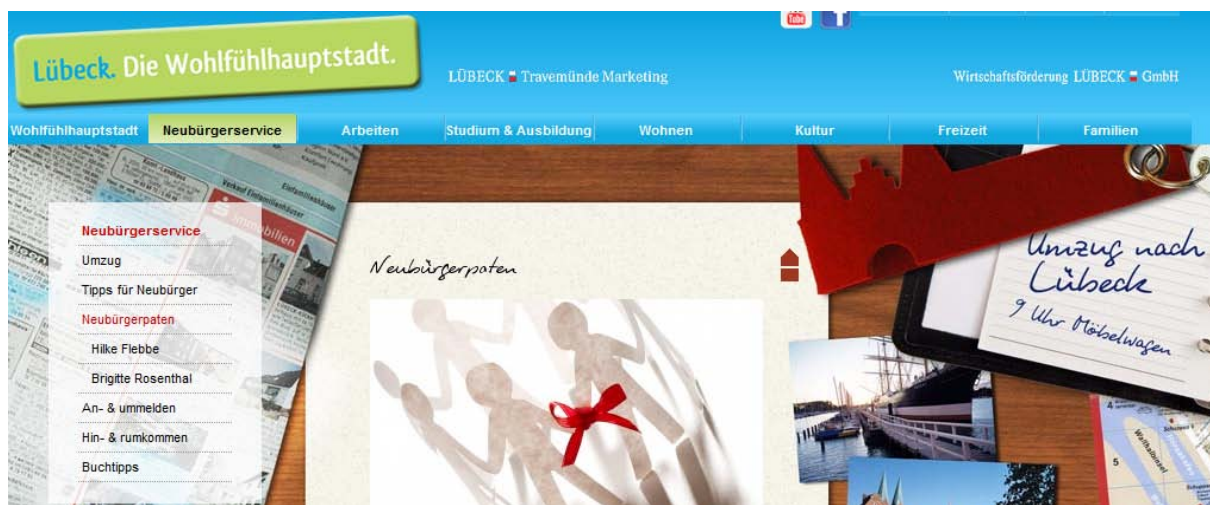
Also in English !

Informationsmaterial

Bei der Information von Neubürgern spielen die verschiedensten Medien eine wichtige Rolle. Von der klassischen Broschüre bis zu neuen interaktiven Apps, die auf jeweilige Betriebssysteme ausgerichtet sind. Die Region Rhein-Neckar hat daher eine Broschüre entwickelt, die als App für das Handy und Tablet heruntergeladen werden kann. Dort eingefügt sind unter anderem auch Landkarten und Videos. Auch Stuttgart hat eine spezielle App gestartet. Dort sind unter anderem Informationen zu Veranstaltungen oder Nachrichten zu finden, aber auch der direkte Draht zum Rathaus kann hergestellt werden.



Quelle: www.stuttgart.de



Quelle: www.wohlfuehlhauptstadt

Paten – Neubürger Coaches

Lübeck hat unter der Kampagne Wohlfühlhauptstadt auch ein Patenprogramm gestartet. In diesem stehen Paten für Neubürger zur Verfügung. Diese sollen die Neubürger beim Einleben in Lübeck und bei Fragestellungen rund ums Zuziehen unterstützen. Paten sind eine gute Möglichkeiten, um Neubürger in eine Kommune einzuführen. Durch die Paten stehen erfahrene Bürger/innen mit Rat und Tat für alle Belange zur Verfügung und stellen gleichzeitig den ersten Kontakt zwischen den Neubürgern und der Gesellschaft der Kommune dar. Ein ähnliches Konzept verfolgt auch die Region Passau. Mit „PA' Persönlich“ werden regionalspezifische Informationen für Neubürger über verschiedene Kanäle kommuniziert. Mit Informationsmaterial online und Broschüren sowie einem Willkommensabend für Neubürger. Am Willkommensabend nehmen auch Paten des Netzwerkes teil. Das Ziel ist es, neue Arbeitnehmer und deren Familien möglichst rasch sozial einzubinden und ein Kennenlernen mit Menschen aus der Region zu ermöglichen. „PA' Persönlich“ ist damit auch eine Kooperation zwischen Unternehmen der Region und der Region selbst.

PA' Persönlich - Regionalspezifische Informationen für Neubürger

„PA' Persönlich“ - Willkommensveranstaltung für Neubürger

DIE Eintrittskarte in die Region

Quelle: www.pa-persoendlich.wifo-passau.de

Coburg Einblicke Ausblicke



Quelle: www.coburg.de

Filme

Videoaufnahmen sind ein geeignetes Mittel, um einen schnellen und einfachen Eindruck einer Kommune und Region zu vermitteln. Auf der Seite von Coburg heißt es hierzu: „Wir zeigen Ihnen die schönen Orte, interessanten Menschen und beeindruckenden Augenblicke, die das Leben in Coburg so besonders machen. Stöbern Sie in unserem bunt gemischten Repertoire und lassen Sie sich von Coburg überraschen!“.



WILLKOMMENS-SERVICE

DER SERVICE FÜR UNTERNEHMEN UND IHRE WUNSCHKANDIDATEN

Quelle: www.jenawirtschaft.de

Professioneller Willkommensservice für Unternehmen

Die Wirtschaftsförderungsgesellschaft Jena mbH hat für Unternehmen der Region einen professionellen Willkommens-Service ins Leben gerufen. Das Team des Willkommens-Services will die Unternehmen der Region bei der Gewinnung von Fach-, und Führungskräften unterstützen. Die neuen Mitarbeiter/innen sollen den neuen Arbeits- und Wohnstandort mit all seinen Facetten kennenlernen. Darüber hinaus soll auch den Familien der neuen Mitarbeiter/innen der Start in der neuen Region so einfach wie möglich gestaltet werden. Ein individuelles Beratungsangebot, der Dual Career Informationsservice und der Jenaer Salon tragen ebenso zu diesem Ziel bei.



MODUL 1:

ORIENTIERUNGSTOUR DURCH JENA

Gedacht für: Top-Bewerber in der Entscheidungsphase oder als besondere Begrüßung für neue Mitarbeiter, z.B. nach Vertragsunterzeichnung

Zielstellung: Ihr Wunschkandidat soll Jena als attraktiven Lebensraum kennenlernen.



MODUL 2: RELOCATION SERVICE

Gedacht für: die neu eingestellte Fach-/Führungskraft

Zielstellung: Ihr Wunschkandidat hat unterschrieben! Wir wollen Sie dabei unterstützen, dass er und ggf. seine Familie schnell in Jena Fuß fassen kann und sich willkommen fühlt. Gemeinsam mit Ihnen entwickeln wir ein individuelles Betreuungspaket.



MODUL 3: WELCOME SERVICE FOR NEW EMPLOYEES FROM ABROAD

Gedacht für: die neu eingestellte ausländische Fach-/Führungskraft

Zielstellung: Ihr Wunschkandidat hat unterschrieben! Für ihn ist es eventuell der erste Einsatz in Deutschland, mit der deutschen Sprache ist er vielleicht noch nicht ausreichend vertraut. Damit ist für ihn und ggf. mitziehende Familienmitglieder die Standardfrage: How does this work in Germany/in Jena?

Mit dem Radl ist München am schönsten

Servus in München!

Fahrradfahren hat Stil, ist gesund, klimafreundlich und zudem die schnellste Möglichkeit, sich in der Stadt fortzubewegen. Deswegen hat München sich das ehrgeizige Ziel gesetzt, Radlhauptstadt zu werden. Dank ihres über 1.200 Kilometer langen Radnetzes und ihrer flachen Topographie kann man die bayerische Landeshauptstadt besonders gut auf zwei Rädern erobern. Damit sich Neumünchnerinnen und Neumünchner auf den schönsten Radlrouten schnell zuhause fühlen, möchten wir ihnen diese auf einer der **Radltouren für Neubürger** gerne zeigen und sie in der **Radlhauptstadt München** herzlich willkommen heißen.



Radltouren für Neubürgerinnen und Neubürger

Die Radlhauptstadt lädt neue Bürgerinnen und Bürger ein, ihre künftige Heimat auf schönen und praktischen Radlrouten zu entdecken und München im wahrsten Sinne des Wortes zu erfahren. Die Radltouren für Neubürger bieten Ihnen auf unterschiedlichen Strecken die Möglichkeit, das eigene Viertel kennen zu lernen und schöne Radrouten zu finden.

Quelle: www.radlhauptstadt.muenchen.de

Aktiv in die Kommune & Region starten – Alternative Ideen

Warum nicht mit Bewegung in die neue Kommune und Region starten. Eine Stadtwanderung mit dem Bürgermeister oder eine Wanderung in die Umgebung der Kommune und den Neubürgern die Schönheit der neuen Heimat zeigen. Ob per Rad oder zu Fuß, oder vielleicht auch mit anderen Fortbewegungsmitteln, es gibt viele Möglichkeiten die neue Heimat zu erkunden. Vielleicht hat Ihre Kommune auch eine schöne Grillstelle im Wald, nutzen Sie die Merkmale Ihrer Kommune und der Region in der Sie beheimatet sind, um den Neubürgern ihre neue Heimat vorzustellen. Das bietet nicht nur die Gelegenheit zum Kennenlernen der Landschaft und Kultur, sondern auch ein persönliches Kennenlernen von Bürgern. Kooperationen mit Vereinen bieten auch gute Möglichkeiten, gibt es einen Wanderverein, einen Heimatkundeverein oder eine Nordic Walking Gruppe, nutzen Sie, was Sie vor Ort haben.

Die aufgezeigten Beispiele sind nur eine begrenzte Auswahl gewesen, die der Kommune zur Verfügung stehen. Mit Kreativität und Willen lassen sich viele Maßnahmen auf Neubürger ausrichten, um diese in der neuen Heimat willkommen zu heißen. Es empfiehlt sich, sich darüber zu informieren, welche Maßnahmen andere Kommunen anbieten. Große Städte haben natürlich oftmals mehr Maßnahmen und Möglichkeiten im Angebot, was den Neubürgerservice angeht, aber auch diese weisen oftmals Schwächen im Bereich Willkommenskultur auf. Kommunen im ländlichen Raum müssen sich daher nicht verstecken, sondern können mit eigenen Maßnahmen und mit den Charakteristiken ihrer Kommune punkten. Mit dem Aufbau der Kommune als Marke und dem Vermarkten der Vorteile und Besonderheiten der

Kommune ist dies möglich. Kommunen im ländlichen Raum sollten sich nicht scheuen, auch Kooperation mit Vereinen, Unternehmen oder sogar anderen Kommunen einzugehen. Denn auch von einem Zuzug in eine andere Kommune kann die eigene Kommune profitieren. Freizeit wird nicht nur in einer Kommune verbracht, sondern in der Region und darüber hinaus. So profitiert die gesamte Region von steigenden Neubürgerzahlen. Mit einer Recherche im Internet oder über andere Medien, kann sich die Kommune sehr gut über verschiedene Möglichkeiten informieren, aber auch eigene Kreativität ist gefragt, denn gerade mit einem einzigartigem Auftreten und Angebot kann sich eine Kommune von anderen abheben.

III.3 Teil C: Umsetzung

Viele Möglichkeiten wurden aufgezeigt, in welchen Bereichen man als Kommune Maßnahmen ergreifen kann, um Neubürger mit einer Willkommenskultur begrüßen zu können. Schnell sind hierbei auch viele Maßnahmen herausgegriffen, die man umsetzen möchte. Es empfiehlt sich jedoch, strukturiert vorzugehen und mit der Gestaltung der eigenen Homepage zu beginnen. Von dieser ausgehend, kann das Serviceportfolio stetig erweitert werden. Bei der Umsetzung sollte aber auch darauf geachtet werden, dass die Maßnahmen das Budget und den Kapazitäten der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gerecht werden. Werden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter überfordert und es bleibt keine Zeit für andere alltägliche Aufgaben, entsteht womöglich ein schlechtes Arbeitsklima, das einer Willkommenskultur, die mit Freundlichkeit punkten will, womöglich zuwider läuft.

Nachdem sich die Kommune einen Überblick über den derzeitigen Stand der Kommune und den Neubürger-Service relevanten Themen verschafft hat, geht es an die Ausarbeitung eines Konzeptes. Das von der Kommune aufgestellte Konzept sollte folgende Punkte beantworten können:

- Welche Ziele sollen kurz-, mittel-, langfristig erreicht werden?
- Wie will sich die Kommune beim Thema Willkommenskultur zukünftig positionieren?
- Mit welchen Merkmalen kann sich die Kommune im Vergleich zu anderen Kommunen profilieren?

Für die verschiedenen Handlungsfelder und Maßnahmenbereiche sollten sie festlegen:

- Welche Schwerpunkte/Themen sollen vertieft behandelt und ausgebaut werden?
- In welche Bereiche soll wann und wie viel investiert werden und was soll nach der Bearbeitung herauskommen?

- Auf welche bisher bestehenden Bereiche kann aufgebaut werden und welche Bereiche müssen neu strukturiert werden?

Mit der zu Anfangs gegründeten Arbeitsgruppe sollte ein gemeinsamer Maßnahmenkatalog erstellt werden. Dieser hat den Zweck klarzustellen,

- Welche Maßnahmen umgesetzt werden sollen
- Wer für die Umsetzung in den entsprechenden Bereichen / für die entsprechenden Maßnahmen verantwortlich ist
- Ob Kooperationen mit anderen Akteuren eingegangen / aufgebaut werden sollen

Am Ende sollte ein Umsetzungsplan erarbeitet worden sein, in dem verschiedene Punkte aufgelistet und beschrieben sind:

- Maßnahmen
- Prioritäten
- Verantwortlichkeiten
- Fristen
- Ressourcen
- Partner
- ...

Zudem ist es sinnvoll, bereits zu Beginn festzulegen, wie eine Erfolgskontrolle stattfinden soll und wie die Ergebnisse der Kontrolle in die weitere Arbeit einfließen sollen.

Für die Qualitätskontrolle gibt es verschiedene Möglichkeiten. Zum einen können kommuneninterne Evaluation stattfinden oder aber externe Agenturen hierfür angefordert werden. Eine Möglichkeit den Neubürger-service ständig weiterzuentwickeln, ist die Befragung der Neubürger selbst. Bei diesen kann nach positiven und negativen Erfahrungen im Zusammenhang mit deren Zuzug in die Kommune nachgefragt werden.

IV. Willkommenskultur in Ostwürttemberg

IHK-Audit „Ausgezeichneter Wohnort für Fach- und Führungskräfte“

Die IHK Ostwürttemberg hat 2013 das Audit „Ausgezeichneter Wohnort für Fach- und Führungskräfte“ gestartet. Das Audit ist „ein strategisches Instrument für kommunalpolitische Entscheider, das helfen soll, nachhaltige Strategien für die genannten (Neu)Bürger zu entwickeln: Um mehr Verbindlichkeiten für eine gelebte Willkommenskultur zu sichern und um kommunale Maßnahmen/Prozesse qualitativ zu begutachten und zu auditieren“ (IHK Darmstadt). Die IHK Ostwürttemberg hat die Grundlagen der IHK Darmstadt verwendet und diese weiterentwickelt. 2013 wurde das Audit den Städten und Kommunen der Region angeboten. Die Städte Aalen, Ellwangen, Heubach, Heidenheim und Schwäbisch Gmünd haben daraufhin freiwillig an diesem teilgenommen. Durchgeführt wurde das Audit durch einen externen Auditor, so dass entsprechende Neutralität gewährleistet werden kann. Alle Städte haben das Audit erfolgreich bestanden und dürfen sich fortan „ausgezeichneter Wohnort für Fach- und Führungskräfte“ nennen.

Die Ergebnisse haben gezeigt, dass Willkommenskultur in vielen verschiedenen Bereichen stattfindet. Wo Willkommenskultur überall einen Beitrag für einen attraktiven Wohnort leisten kann, zeigen die folgenden Interviews mit den Oberbürgermeistern und Bürgermeistern der erfolgreich auditierten Kommunen.



IHK: Herr Rentschler, die Stadt Aalen führt einen regelmäßigen Arbeitskreis mit den Personalverantwortlichen der verschiedenen Betriebe durch. Warum ist Ihnen die Nähe zu den Betrieben in Bezug auf eine funktionierende Willkommenskultur wichtig und was sind die weiteren Ziele des Arbeitskreises?

Oberbürgermeister Thilo Rentschler.: „Willkommenskultur“ ist für uns als größte Stadt der Region ein entscheidender Faktor, um die gute Entwicklung Aalens weiter voran zu bringen. Wir wollen nicht nur die Menschen für unsere Stadt und die attraktiven Firmen begeistern. Eine gute, wertschätzende Willkommenskultur ist in einer globalisierten Welt absolut notwendig. Ein enger und persönlicher Austausch mit Unternehmensleitungen und Personalverantwortlichen hilft uns, die Anforderungen der Praxis in die strategische Arbeit der Wirtschaftsförderung einzubinden. Wir werden unsere Dienstleistungen im Bereich Integration weiter ausbauen. Zudem habe ich zu einem ersten Gespräch mit jüngeren Unternehmenskern eingeladen, um hier einen vertieften Austausch zu ermöglichen und die gemeinsame Zielrichtung festzulegen. Wichtig ist mir die Kooperation mit den Nachbarkommunen. Für die Menschen, die aus aller Welt nach Aalen kommen, darf das Willkommen sein nicht an den Stadtgrenzen enden. Deshalb werden wir im Rahmen von "Aalen plus", immerhin eine Raumschaft mit rund 120.000 Einwohnern, zukünftig noch enger kooperieren und die Stärken im Sinne unserer Firmen bündeln.“



verabschiedet. Einzelne Themenmappen informieren zielgruppengenau über Einkaufen, Gastronomie, Kunst und Kultur, sämtliche Freizeitmöglichkeiten, aber gerade auch über Angebote und Einrichtungen für Familien, Kinder und Jugendliche. Selbstverständlich stellen wir auch umfassende Informationen über unsere vorbildlichen und landesweit als beispielhaft bewerteten Bildungs- und Betreuungsangebote bereit.

Als Besonderheit stehen Mitarbeiter unserer Stadtverwaltung im Rahmen des Standortcoachings persönlich für eine individuelle Beratung zur Verfügung. Bei einem Kaffee in der Innenstadt, einem Stadtbummel oder einer Stadtführung, manchmal auch bei einem abendlichen Getränk im Biergarten werden individuelle Fragen beantwortet und Hilfestellungen gegeben. Was für neue Mitarbeiter unserer in vielen Fällen global agierenden Unternehmen angedacht war, bieten wir gerne jedem an, der danach fragt."

IHK: Herr Brütting, Heubach arbeitet im Kinderbetreuungs- und Bildungsbereich mit Wirtschaftspartnern zusammen. Diese Zusammenarbeit ist besonders für Fach- und Führungskräfte mit Familien interessant, auch das Familienbüro spielt hier eine wichtige Rolle. Herr Brütting, welche Aufgaben sollen hier erfüllt werden und wie sieht die Zusammenarbeit konkret aus?

Bürgermeister Frederick Brütting: „Im Jahr 2013 wurde erfolgreich das Audit „Ausgezeichneter Wohnort für Fach- und Führungskräfte“ für die Stadt Heubach durchgeführt. Dabei wurde die Vernetzung des Kinderbetreuungs- und Bildungsbereichs mit der örtlichen Wirtschaft als großer Pluspunkt anerkannt.



Bereits im Vorschulbereich kooperiert die Stadt Heubach mit Unternehmen.

Beispielhaft ist hier die „Triumphini Kinderwelt“ zu nennen. Es handelt sich hierbei um eine dreigruppige Kindertagesstätte, welche in Kooperation mit der Firma Triumph International AG realisiert wurde. Kinder von Betriebsangehörigen erhalten hierdurch die Möglichkeit diese Kindertagesstätte mit einem umfassenden Be-

treuungsangebot zu besuchen. Im Schulbereich werden hierüber hinaus noch zahlreiche Bildungspartnerschaften mit Unternehmen (allein das Gymnasium hat 17 Bildungspartnerschaften), Kooperationen mit den Wirtschaftsunierten Ostwürttemberg und vieles mehr durchgeführt. In diesem Zusammenhang ist das Rosenstein-Gymnasium zu nennen, welches zur MINT-EC (Exklusiver Zusammenschluss mathematisch-naturwissenschaftlicher Excellence-Center – nur 11 Schulen in Baden-Württemberg) gehört.

Neben dieser Vernetzung des Kindergarten- und Schulbereich mit starken Partnern aus der Wirtschaft, wurde in Heubach ergänzend mit dem Familienbüro eine einheitliche Anlaufstelle für alle Herausforderungen rund um das Thema „Familie“ eingerichtet. Viele Nöte von Familien resultieren aus dem Nebeneinander von Familie und Beruf. Hier greift dann unser Familienbüro, welches beratend bei der Lösung von Problemen mitwirkt. Aus Sicht der Stadt Heubach kann Familie und Beruf nicht nebeneinander funktionieren – nur ein miteinander führt auf Dauer zum Erfolg dieser Lebensziele."

IHK: Herr Arnold, die Stadt Schwäbisch Gmünd hat reservierbare KiTa-Plätze für Unternehmen organisiert und das Pilotprojekt Bildungshaus Lindach gestartet. Herr Arnold, welchen Einfluss haben das Bildungshaus und die reservierbaren KiTa-Plätze für die Bewerbung des Wohnorts Schwäbisch Gmünd und was wollen Sie darüber hinaus beim Thema Willkommenskultur bewirken?

Oberbürgermeister Richard Arnold: „Die Stadt Schwäbisch Gmünd hat reservierbare KiTa-Plätze für Unternehmen organisiert und das Pilotprojekt Bildungshaus Lindach gestartet. Herr Arnold, welchen Einfluss haben das Bildungshaus und die reservierbaren KiTa-Plätze für die Bewerbung des Wohnorts Schwäbisch Gmünd und was wollen Sie darüber hinaus beim Thema Willkommenskultur bewirken?



Neubürger in unserer Stadt willkommen zu heißen – das bedeutet für mich, die Menschen mit offenen Armen zu

empfangen, sich um ihre Anliegen zu kümmern und dafür Sorge zu tragen, dass diese in der Gemeinschaft der Kommune schnell aufgenommen werden. Bei einem Wohnortwechsel ist plötzlich alles neu – wir als Stadtverwaltung wollen daher mit dazu beitragen, dass vor allem die Rahmenbedingungen im privaten Bereich günstig gestaltet werden.

Dabei legen wir unter anderem ein besonderes Augenmerk auf die Angebote für Familien. Ein Baustein ist hierbei unser Konzept Bildungshaus. Die enge Kooperation zwischen Kindergarten und Grundschule sorgt für eine lohnende Verzahnung von Erzieherinnen und Lehrerkollegium und stellt damit ein zusätzliches attraktives Angebot in unserer vielfältigen Bildungslandschaft dar. Reservierbare Betreuungsplätze in den Kindergärten, die wir unseren Unternehmen anbieten, sind ein weiterer Baustein, der den Fach- und Führungskräften das „Ankommen“ in der neuen Umgebung erleichtert.

Und selbstverständlich zeigen wir unseren Neubürgern bei einer Stadtführung die schönsten Plätze Schwäbisch Gmünds und meine Kollegen Bürgermeister und ich lassen es uns nicht nehmen, diese dabei persönlich zu begrüßen.

Gemeinsam mit den Unternehmen fühlen wir uns damit verantwortlich, hier in der Region eine Willkommenskultur zu schaffen und zu leben: Die Stadtverwaltung übernimmt den gesellschaftlichen Teil und sorgt für die entsprechenden Rahmenbedingungen beispielsweise im Bildungsbereich oder im Ehrenamt, die Unternehmen kümmern sich ihrerseits innerbetrieblich um einen reibungslosen Neubeginn. Funktioniert beides, so bin ich davon überzeugt, dass wir erfolgreich und nachhaltig engagierte Bürgerinnen und Bürger für unsere Stadt und die gesamte Region gewinnen können.

Kommunale Willkommenskultur und Unternehmen

Die Unternehmenswelt hat Willkommenskultur schon länger als einen zentralen Baustein in der Personaleinführung erkannt. Besondere Bedeutung hat Willkommenskultur durch die internationale Ausrichtung der Unternehmen erhalten und die immer weiter steigende Zahl von zuwandernden Fach- und Führungskräften. Diese stammen nicht mehr nur aus der Region in der die Unternehmen angesiedelt sind, sondern werden deutschlandweit oder sogar darüber hinaus angeworben. Nach der erfolgreichen Rekrutierung haben auch Unternehmen ein hohes Interesse daran, den neuen Mitarbeiter möglichst schnell in das Unternehmen einzuarbeiten und an dieses zu binden. Eine funktionierende unternehmensinterne Willkommenskultur kann hierbei einen wichtigen Beitrag leisten. Aber nicht nur die unternehmensinterne, sondern auch die kommunale Willkommenskultur spielt eine Rolle. Wie Kommunen die lokalen Unternehmen unterstützen können und was diese von der Kommune erwarten, zeigt das folgende Interview mit Unternehmen aus der Region.

IHK: Job für Zwei = qualifiziertes Paare beide mit Jobwünschen. ZF Lenksysteme hat das Projekt mit entwickelt. Warum ist dieses Thema für Ihr Unternehmen wichtig? Was erwarten Sie von den umliegenden Kommunen, wenn es darum geht, dass sich neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hier wohlfühlen?

Barbara Krieger, Personalverantwortliche am Standort Schwäbisch Gmünd: „Wir möchten, dass unsere Mitarbeiter und ihre Angehörigen über den Arbeitsplatz bei ZFLS hinaus gut integriert sind und sich bei uns sowie in ihrer neuen Umgebung wohl fühlen. Hierfür hat sich die Initiative Job ^{FÜR 2} zum Ziel gesetzt, die jeweiligen Partner bei der Suche nach einem Arbeitsplatz zu unterstützen. Dieses Netzwerk, familienfreundliche Arbeitszeiten und Kinderbetreuungsmöglichkeiten sollen der Partnerin bzw. dem Partner den Einstieg in den Job erleichtern und somit die



„Wir möchten, dass unsere Mitarbeiter und ihre Angehörigen über den Arbeitsplatz bei ZFLS hinaus gut integriert sind und sich bei uns sowie in ihrer neuen Umgebung wohl fühlen. Hierfür hat sich die Initiative Job ^{FÜR 2} zum Ziel gesetzt, die jeweiligen Partner bei der Suche nach einem Arbeitsplatz zu unterstützen. Dieses Netzwerk,

familienfreundliche Arbeitszeiten und Kinderbetreuungsmöglichkeiten sollen der Partnerin bzw. dem Partner den Einstieg in den Job erleichtern und somit die

Eingewöhnungsphase für ein Paar bzw. die ganze Familie im neuen Umfeld positiv gestalten.

Von den umliegenden Kommunen erwarten wir eine möglichst umfassende individuelle Betreuung und Begleitung von neuen Mitarbeitern, um diese beim Zurechtfinden und der Integration in der Region bestmöglich zu unterstützen. Wir denken an verschiedenste Angebote mit individuellen Informationen zu Schulen, Kindergärten, Freizeitmöglichkeiten und weiteren Serviceangeboten für Neubürgerinnen und -bürger.“

IHK: Ausländische Fach- und Führungskräfte sind eine besondere Herausforderung für das Personalmanagement. Die Voith GmbH gehört zu den Gründungsmitgliedern des International Club Ostwürttemberg. Warum ist dieses Thema wichtig und wird die Bedeutung zunehmen? Gibt es weitere Anforderungen an Kommunen und regionale Institutionen?

Christine Naderer, Head of International Assignments: „Für Voith ist der International Club ein wichtiger Bestandteil der Willkommenskultur. Mit seinen regelmäßigen Stammtischen wird unseren Mitarbeitern ermöglicht, Kontakte außerhalb von Voith und über die Grenzen von Heidenheim hinweg zu knüpfen. Bei den größeren Events (veranstaltet jeweils durch die teilnehmenden Unternehmen) lernen die Teilnehmer gemeinsam Deutschland näher kennen und können sich dabei in Ruhe über ihre Erfahrungen austauschen und sich gegenseitig Tipps und Hilfestellungen für den Aufenthalt in Deutschland geben. Insbesondere die Teilnahme der Familienangehörigen an den Club-Aktivitäten erachten wir dabei als bedeutend für den Wohlfühlfaktor und das Einleben unserer ausländischen Mitarbeiter.



„Für Voith ist der International Club ein wichtiger Bestandteil der Willkommenskultur. Mit seinen regelmäßigen Stammtischen wird unseren Mitarbeitern ermöglicht, Kontakte außerhalb von Voith und über die Grenzen von Heidenheim hinweg zu knüpfen. Bei den größeren Events (veranstaltet jeweils durch die teilnehmenden Unternehmen) lernen die Teilnehmer gemeinsam Deutschland näher kennen und können sich dabei in Ruhe über ihre Erfahrungen austauschen und sich gegenseitig Tipps und Hilfestellungen für den Aufenthalt in Deutschland geben. Insbesondere die Teilnahme der Familienangehörigen an den Club-Aktivitäten erachten wir dabei als bedeutend für den Wohlfühlfaktor und das Einleben unserer ausländischen Mitarbeiter.

Durch den International Club Ostwürttemberg können wir unseren ausländischen Mitarbeitern einen Austausch auf internationaler Ebene im regionalen Kontext bieten.

Leider ist der Großteil der Internetseiten und des ausliegenden Informationsmaterials nur in deutscher Sprache erhältlich. Zum selbstständigen Kennenlernen der Umgebung, der wichtigsten Vorschriften und Regelungen sind englischsprachige Internetseiten und Broschüren unseres Erachtens ein Grundbaustein für die Willkommenskultur in Deutschland. Deshalb wünscht sich Voith von Kommunen und Behörden mehr Informationsmaterial in Englischer Sprache“.

IHK: "Für diesen Moment arbeiten wir" ist die Botschaft des Personalmarketing der Carl Zeiss AG. Für welche Momente sollten die Kommunen und die Region arbeiten, wenn sie die Arbeitgeberattraktivität der Arbeitgeber in Ostwürttemberg unterstützen wollen?

Franz Donner, Senior Vice President, Corporate Human Resources: "Die Region ist erstaunlich lebenswert und wird immer öfter zu den attraktivsten Deutschlands gezählt, wohl auch weil sich einiges bewegt! Das bestätigen uns auch viele neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.



Das bestätigen uns auch viele neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Wichtig ist dabei, dass sich nicht nur die Unternehmen den Mitarbeiterbedürfnissen stellen, sondern sich auch die Kommunen und Institutionen in der Region sich ihrer Verantwortung bewusst sind. Das zeigt sich dann beispielsweise in einer guten Dienstleistungskultur, in großen Wohnraum- und Bauplatzangeboten sowie in einer attraktiven Infrastruktur über alle Lebensphasen hinweg.

Kommunen, Institutionen und Unternehmen müssen ambitioniert und engagiert daran arbeiten, dass für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Momente erlebbar sind, die dann zu echten Argumenten für die Region werden."

IHK: BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH ist Innovationsführer auf seinem Markt und damit ein attraktiver Arbeitgeber. Wie wirbt BSH für einen Standort im ländlichen Raum? Was sollte Kommune und Region tun, um Ihr Unternehmen zu unterstützen?

Werner Reichenberger, Personalleitung bei BSH: „Die BSH am Standort Giengen ist einerseits in der Region



stark aktiv, um neue Fachkräfte für das Unternehmen zu gewinnen. Neben dem Auftritt auf den regionalen Hochschulmessen in Aalen und Ulm haben wir diverse Kooperationen mit Schulen und Hochschulen, bei denen wir für unser Unternehmen werben. Dabei unterstreichen wir unsere Arbeitgeberattraktivität mit der

Auszeichnung als „Top Arbeitgeber“.

Andererseits sprechen wir auch Talente aus anderen Regionen und von anderen BSH-Standorten an. Mit Hinweisen in Vorstellungsgesprächen zur „Wohlfühl-Region Ostwürttemberg“ und den vielfältigen Freizeitmöglichkeiten sowie der guten Verkehrsanbindung per Autobahn und Bahn zeigen wir den Bewerbern die Vorzüge des Standortes auf.

Zudem wissen unsere Bewerber, dass Sie neben Aufgaben an unserem Werkstandort in Giengen auch die Möglichkeit haben, innerhalb unseres Konzerns in internationalen Projektteams zu arbeiten.

Wir fördern eine schnelle Integration in das Unternehmen, indem wir neuen Mitarbeitern individuelle Betreuungslösungen und Einarbeitungspläne bieten. Unsere ausländischen Mitarbeiter unterstützen wir bei Behördengängen oder der Wohnungssuche. Das verstehen wir als gelebte „Willkommenskultur“.

Internationaler Club Ostwürttemberg

Viele Herausforderungen stehen bei einem Umzug in eine fremde Region bevor, wenn sich ein/e Arbeitnehmer/in für eine Stelle in dieser entschieden hat. Formalitäten müssen erfüllt und die neue Arbeitsstelle kennen gelernt werden. Auch im privaten Bereich stehen viele Veränderungen an, ein neues soziales Umfeld muss aufgebaut und Ansprechpartner/innen für Fragenstellungen gefunden werden.

Der International Club East-Wuerttemberg möchte gerade internationalen Arbeitnehmer/innen eine Hilfeleistung bieten, die aufgrund einer Arbeitsstelle nach Ostwürttemberg gekommen sind. Der Club fungiert als Plattform für diese Menschen, über den ein Austausch und Vernetzen möglich ist, nebenbei wird die Region entdeckt und kennen gelernt.



2005 wurde dieser von der IHK Ostwürttemberg in Zusammenarbeit mit Unternehmen aus der Region gegründet. Die Unternehmen, die den Verein tragen, sind die Voith GmbH, die ZF Lenksysteme GmbH, die Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH, sowie die Carl Zeiss AG.

Neue Mitarbeiter/innen mit internationalem Hintergrund werden unter dem Motto „Join us, and feel at home“ eingeladen, sich an den Aktivitäten des Clubs zu beteiligen. Der Club will den Start in der Region so einfach wie möglich gestalten. Die Mitglieder/innen kommen aus vielen verschiedenen Ländern, wie Brasilien, China, Indien, der Türkei, Tunesien, den USA und Kanada. Auch deutsche Teilnehmer/innen sind immer dabei, um mit nützlichen Tipps und Ratschlägen zur Seite zu stehen. Dabei ist es egal wie lange die neuen Mitarbeiter/innen in der Region bleiben, jeder ist herzlich willkommen.

Hierzu werden von den Unternehmen Ausflüge organisiert, die rund alle zwei Monate stattfinden. Dort treffen Gleichgesinnte aufeinander, die sich in einer ähnli-

chen Lage befinden und sich daher gut helfen und Erfahrungen austauschen können. Bisher fanden Ausflüge zu verschiedenen Sehenswürdigkeiten oder aktive Veranstaltungen wie beispielsweise eine Kajaktour auf der Brenz oder als Highlight, ein Ausflug nach Berlin statt. So lernen die Teilnehmer/innen die Region und die Menschen, die an diesen verschiedenen Veranstaltungen teilnehmen, kennen. Auch neue Freundschaften werden so geschlossen. Dieses Jahr werden unter anderem der Besuch der Landesgartenschau organisiert, sowie ein Besuch der Charlottenhöhle mit anschließendem gemeinsam Grillen. Die Ausflüge werden durch monatliche Treffen ergänzt, die in Form eines Stammtisches stattfinden, der zum Beisammensein und Austausch in gemütlicher Atmosphäre einlädt.



Wer sich für eine Mitgliedschaft entschieden hat und einmal alleine oder mit Partnerin oder Partner an einer der Veranstaltungen teilgenommen hat, ist von der Atmosphäre im Club begeistert. Entsprechend hören sich auch die verschiedenen Feedbacks an, wie beispielsweise von Vijay Paruchuru aus den USA: „Starting work with a new company and in a new country is a challenging experience, but with the International Club, we now have a group of people who can comfort each other to make this new culture feel like home“.

Mehr Informationen und Eindrücke gibt es unter: www.ic-eastwuerttemberg.de

FACHKRÄFTE FÜR OSTWÜRTTEMBERG

Job^{FÜR2}: Ein Projekt familienfreundlicher Arbeitgeber der Region

Job^{FÜR2}

Die Arbeitgeber der Region möchten nicht nur attraktiv für den Bewerber oder die Bewerberin selbst sein, sondern auch für deren Partner oder Partnerin. Beziehungen stehen bei der Jobfindung immer wieder vor besonderen Herausforderungen, vor allem wenn nicht jeweils entsprechende Stellen in der gleichen Region gefunden werden. Die Aussicht auf eine Fernbeziehung kann Paare davon abhalten, eine Stelle anzunehmen, die weit entfernt des Partners angeboten wird. Die Unternehmen auf der anderen Seite, können dadurch Fach- oder Führungskräfte verlieren. Deshalb ist es wichtig, dass beide Partner schnell eine Arbeitsstelle in der gleichen Region finden können. Gerade bei gut ausgebildeten Paaren ist das oftmals eine Herausforderung.

Gesucht Job^{FÜR2}

Deshalb wurde im Oktober 2012 das Job^{FÜR2} Projekt gestartet. Über dieses sind die Personalverantwortlichen der vor allem großen Unternehmen in der Region miteinander vernetzt. Insgesamt 20 Unternehmen und weitere Arbeitgeber haben sich in dem Projekt zusammengeschlossen, um auch dem Partner oder der Partnerin eines neuen Arbeitnehmers oder einer neuen Arbeitnehmerin im eigenen Unternehmen einen möglichst schnellen Berufsstart in der Region zu ermöglichen.

So wird bereits in der Phase der Personalauswahlgespräche als attraktiver und familienfreundlicher Arbeitgeber gepunktet, der sich auch um die Jobwünsche des Partners oder der Partnerin kümmert. Das Ziel ist es, nicht nur dem Bewerber oder der Bewerberin ein Jobangebot zu machen, sondern auch gleich dem Partner oder der Partnerin. Die Personalverantwortlichen greifen hierfür auf ihr Netzwerk zurück und suchen nach geeigneten Stellen. Bisher konnten so für 20 Bewerber und Bewerberinnen und deren Partner und Partnerinnen ein Job gefunden werden.

Gerade das Netzwerk gibt den Personalverantwortlichen vielfältige Möglichkeiten. So werden nicht nur verschiedene Branchen und Fachrichtungen abgedeckt, sondern auch individuelle Wünsche der Bewerber und Bewerberinnen können berücksichtigt werden. Beispielsweise möchten manche Paare nicht im gleichen Unternehmen arbeiten. Manchmal ist es den Unternehmen aber auch nicht möglich, beiden Partnern eine Stelle anzubieten und so kann dank des Netzwerkes nach anderen Lösungen gesucht werden.

Ein weiterer Vorteil ist, dass gut ausgebildete Paare auf diesem Weg in die Region gelockt werden. Damit profitiert nicht nur das Unternehmen des Bewerbers oder der Bewerberin von dem neuen Mitarbeiter oder der neuen Mitarbeiterin, sondern auch andere Unternehmen in der Region kommen so an neue Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, die sonst vielleicht nicht den Weg zu ihnen gefunden hätten.



Mit dem Angebot „Job^{FÜR2}“ heben sich die Arbeitgeber in Ostwürttemberg mit einer positiven Willkommenskultur von anderen Unternehmen und Regionen ab. Die IHK Ostwürttemberg koordiniert das Netzwerk, ist Ansprechpartner für interessierte Firmen, die im Netzwerk teilnehmen wollen und organisiert Netzwerktreffen.

Fachkräfte willkommen – Region sichert Nachwuchs

Wie Zusammenarbeit auf regionaler Ebene im Bereich Marketing aussehen kann, zeigt die Fachkräfteallianz der Region. Mit dieser werden deutschlandweit Fachkräfte beworben. Damit will sich die Region bei der Werbung um Fachkräfte am Fachkräftemarkt erfolgreich positionieren. Zusammengeschlossen haben sich zu diesem Zweck die Wirtschaft, Landkreise und Kommunen, IHK und Wirtschaftsförderung. 19 Partner arbeiten eng zusammen, um die Potenziale der Region in bisher über 40 Projekten zu präsentieren und neue Potenziale zu erschließen.

Unter dem Dach der Fachkräfteallianz Ostwürttemberg haben seit dem Startschuss im November 2012 die 19 Partner 40 Projekte umgesetzt. Mit diesen Projekten sollen zukünftige Fachkräfte für die Region beworben werden, so dass es in der Region in diesem Bereich zu möglichst wenigen Engpässen kommt. Deshalb zieht auch die gesamte Region an einem Strang und hat alle Hochschulen der Region, die Agentur für Arbeit und die beiden Jobcenter, die regionale Wirtschaftsförderung, die IHK Ostwürttemberg sowie Handwerkskammer, den Arbeitgeberverband Südwestmetall, alle Gewerkschaften, die beiden Landkreise und die Kommunen, sowie das Land Baden-Württemberg an einen Tisch geholt, um hier gemeinsam zu agieren.

Die Projekte setzen bei verschiedenen Zielgruppen an. So stehen Studierende, ältere Arbeitnehmer, Frauen und auch Personen mit Migrationshintergrund im Fokus der vielfältigen Projekte. Die Partner der Fachkräfteallianz möchten junge Menschen für ein Studium in der Region begeistern. Studienabbrechern soll die Chance auf eine duale Ausbildung gegeben werden und auch ältere Arbeitnehmer sollen länger im Job gehalten bzw. vormals Arbeitslosen eine Jobperspektive aufgezeigt werden. Auch Frauen sollen dazu motiviert werden, den Umfang ihrer Teilzeitbeschäftigung auszuweiten und nach der Elternzeit schneller den Wiedereinstieg in den Beruf finden. Jugendliche mit Migrationshintergrund und deren Eltern sollen von der Bedeutung einer Dualen Ausbildung überzeugt werden und ausländische Studie-

rende sollen für die Studienangebote in der Region begeistert werden und zugleich schnell heimisch werden. Wichtig ist den Allianzpartnern, dass sowohl Talente gezielt gefördert werden, aber auch benachteiligte Menschen Unterstützung bekommen.

Die Projekte in der Region werden ergänzt durch eine deutschlandweit geführte Kampagne unter dem Motto „Erstaunliches Ostwürttemberg“. Die Fachkräftekampagne wirbt mit Sprüchen wie „Von New York aus gesehen ist Silicon Valley auch Provinz“ und erzielt mit diesen bundesweit Aufmerksamkeit. Die Sprüche werden mit „Faktenfächern“ ergänzt, welche positive Fakten der Region präsentieren und so einen Eindruck über diese vermitteln und Gründe aufzeigen, die ein Arbeiten und Leben in Ostwürttemberg attraktiv machen. Namhafte Unternehmen der Region unterstützen die Kampagne bei Entwicklung und Umsetzung und tragen dank ihres Wissens zum Erfolg der Kampagne bei. Darüber hinaus ist die Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH Region Ostwürttemberg (WiRO) und die IHK Ostwürttemberg mit im Boot, um die Kampagne zu koordinieren und umzusetzen.

Im Zentrum der Kampagne steht das Internetportal www.fachkraefte-ostwuerttemberg.de. Dort erhält man Informationen in den Rubriken Überblick & Fakten, Arbeit & Jobs, Wohnen & Leben, Ausbildung & Studium, Kinder & Familie, Kultur & Freizeit und News & Infos. Außerdem werden erstaunliche Fakten über die Region präsentiert und Talente aus der Region vorgestellt.

Für 2014 sind darüber hinaus noch verschiedene andere Marketingmaßnahmen geplant. Die Online-Kampagne wird durch eine Bannerwerbung an öffentlichen Plätzen in der Region ergänzt. Auch LKWs, die deutschlandweit unterwegs sind, werden mit der Werbung ausgestattet. Auch Recruiting-Messen werden besucht, dabei steht der Besuch des Absolventenkongresses in Stuttgart, sowie die Bonding Messe in Karlsruhe an.

V. Visionen für die Zukunft

Regionen und Kommunen unterliegen einem ständigen Wandel und müssen sich neuen Gegebenheiten stets anpassen. Ob es nun der demografische Wandel, der Fachkräftemangel oder andere Veränderungen sind. Willkommenskultur und der Neubürgerservice sind eine Möglichkeit mit zurückgehenden Neubürgerzahlen umzugehen und Menschen für die eigene Heimat zu begeistern und zu einem Zuzug zu motivieren.

Über die aufgezeigten Beispiele hinaus gibt es aber noch viele weitere Möglichkeiten, sich in Zukunft mit dem Thema auf regionaler und kommunaler Ebene auseinanderzusetzen.

Die Möglichkeiten des Internets gilt es aktiv zu nutzen. Die **Digitalisierung von Prozessen** bietet hier die Chance, den Service für Neubürger online verfügbar zu machen und so weitere zu vereinfachen.

Auch ein regionaler Willkommensservice ist denkbar, bei dem die **Kommunen kooperieren**. So kann beispielsweise kommunenübergreifend ein Pool von Mitarbeiter/innen mit geforderten Sprachkenntnissen gebildet werden. Oder auch ein regionales oder zumindest kreisweites Neubürgerfest wäre denkbar. Durch die Zusammenarbeit ließen sich leichter neue Angebote wie z.B. eine „Kinder-Entdecker-Tour für Familien“ entwickeln.

Die Gewinnung und Qualifizierung von **regionalen Botschaftern/innen** könnte eine Idee sein. Unter dem Motto „Ich zeige Dir mein Ostwürttemberg“ könnten interessierte Bürgerinnen und Bürger als Botschafter für die Region gewonnen werden. Hier besteht auch die Möglichkeit die vielfältigen Vereine mit einzubinden.

Unternehmen sind wichtige Partner und sollten daher in Prozesse mit einbezogen werden, schließlich kommen die meisten Neubürger/innen auf Grund einer neuen Arbeits- oder Ausbildungsstelle in die Region. Die Kommunikation zwischen Kommunen und Unternehmen muss daher ausgebaut werden.

Auch die **Hochschulen** bringen regelmäßig neue Mitbürger/innen in die Region und sind daher ein wichtiger Partner, wenn es um Willkommenskultur geht. Die Studenten und Studentinnen, die so in die Region kommen, sind potenzielle Fach- und Führungskräfte von morgen und sollten für die Region begeistert und für ein dauerhaftes Bleiben motiviert werden.

Als letztes darf natürlich nicht vergessen werden, nicht nur Willkommensprojekte auf den Weg zu bringen, sondern diese auch aktiv zu vermarkten. Hier können das Marketing der Hochschulen, Employer Branding Projekte der Unternehmen, die regionale Fachkräftekampagne und kommunale Marketingaktion sich wechselseitig befruchten. Durch erfolgreiche Teilnahmen in Wettbewerben, wie zum Beispiel „365 Orte im Land der Ideen“ können die Potenziale nach außen getragen werden.

Abschließend bleibt zu sagen, dass jede Bürgerin und jeder Bürger in der Region zur regionalen und kommunalen Willkommenskultur beitragen kann, in dem sie oder er mit einem guten Beispiel in Sachen Offenheit und Toleranz vorangehen und damit ein klares Signal setzen, das heißt:

„Seien Sie willkommen und kommen Sie doch herein!“

	DEUTSCHLAND	OSTWÜRTTEMBERG
LEBENS-QUALITÄT	97 <small>Regionen bewertet</small>	Platz 3
ARBEITS-LOSEN QUOTE <small>in %</small>	7,3* <small>(*Stand 05/2013)</small>	4,2*
PATENTE <small>je 100.000 Einwohner</small>	54	159

Erstaunliches Ostwürttemberg:

VON NEW YORK AUS GESEHEN IST SILICON VALLEY AUCH PROVINZ



Ostwürttemberg. Raum für Talente und Patente

WWW.FACHKRAEFTE-OSTWUERTEMBERG.DE

Mit tatkräftiger Unterstützung von



Industrie- und Handelskammer Ostwürttemberg
Ludwig-Erhard-Straße 1, 89520 Heidenheim
Postfach 14 60, 89504 Heidenheim
Tel. 07321 324-0
Fax 07321 324-169
zentrale@ostwuerttemberg.ihk.de
www.ostwuerttemberg.ihk.de