

2020!

Der Wachstumspakt
für Haldensleben



Konzeption und Projektplan -Zwischenstand 01/2014-

Seit geraumer Zeit stehen die Stadt Haldensleben als Kommune und insbesondere die lokale Wirtschaft einem Phänomen gegenüber, auf das es zu reagieren gilt. Während einerseits der Zuzug in die Stadt Haldensleben den Wegzug nur ausgleicht und sich so durch die negative demografische Entwicklung ein dennoch stetiges Abschmelzen der Einwohnerzahl ergibt, entwickelt sich die wirtschaftliche Basis schnell aufwärts. Dies führte dazu, dass viele Unternehmen derzeit Schwierigkeiten haben, ihre offenen Stellen mit adäquatem Personal zu besetzen.

Als besonders problematisch erweist sich die Besetzung höherwertiger Stellen, da derzeit in der gesellschaftlichen Wahrnehmung zunehmend allein noch Oberzentren und Metropolen als Orte mit hoher Lebensqualität angesehen werden. Die spezifischen Vorteile von Klein- und Mittelstädten wie Haldensleben - vor allem für bestimmte Zielgruppen wie etwa Familien - werden aufgrund der geringeren Strahlkraft nicht ausreichend wahrgenommen.

Die örtlich undifferenzierte Diskussion über die demographische Entwicklung in den neuen Bundesländern in den Medien trägt ihr Übriges dazu bei, dass „Leuchttürme“ nicht als solche wahrgenommen und Opfer einer sich selbst erfüllenden Prophezeiung werden.

Die Folgen dieser Entwicklung sind potentielle Wachstumshemmnisse für die lokale Wirtschaft und gefährden langfristig die Leistungsfähigkeit der Kommune.

Um dieser vielschichtigen Problemlage zielgruppengerecht, schlagkräftig und fundiert zu begegnen, soll ein breites Bündnis aus Unternehmen, der Stadt und vieler Institutionen Kräfte bündeln und eine abgestimmte Gegenstrategie aufbauen. Gesteuert wird das Vorhaben durch namhafte Unternehmen, die Verwaltung und die RKW Sachsen-Anhalt GmbH.

Erklärtes Ziel der Bündnispartner ist es unter anderem, bis zum Jahr 2020 den Wegzug aus der Stadt um 20 Prozent zu verringern und die Zuzugsquote um 20 Prozent zu erhöhen. Die Maßnahmen gliedern sich wie folgt:

Handlungsfeld A: Fachkräftesicherung +Arbeitskräftegewinnung

Handlungsfeld B: Einwohnerakquise

Handlungsfeld C: Standortwerbung

Handlungsfeld D: Innenmarketing -Verbesserung der Standortqualität-

Handlungsfeld E: Steuerung/Interne Kommunikation/Overhead-Maßnahmen

Das Arbeitsprogramm ist langfristig angelegt und soll stetig im Dialog mit den Unternehmen der Stadt und weiteren Akteuren fortgeschrieben und erweitert werden. Es stellt zu jeder Zeit nur einen Zwischenstand dar. Maßnahmen können hinzu kommen, andere sich als untauglich erweisen. Haldensleben 2020 versteht sich als laufender und lernender Prozess.

Handlungsfeld A: Fachkräftesicherung +Arbeitskräftegewinnung

	Projekt	Kurzbeschreibung	Zeitraum/ Termin	Verantwort- lich	Mitwirkende	Bemerkung
A 1	Kommunale Online-Stellenbörse	Etablierung einer Stellenbörse auf www.haldensleben.de		Stadt	Alle Unternehmen in Form von Stellenangeboten , Agentur für Arbeit	Umgesetzt www.haldensleben.de Wirtschaft
A 2	Personalerstammtisch	Regelmäßige Treffen der Personalverantwortlichen zum Austausch		Interessierte Unternehmen Fr. Brückner, Hermes Fulfilment	Personalverantwortliche	Läuft, Treffen nach Bedarf
A 3	HDL-Stipendium	Stipendium für einen Bachelorstudenten (Wirtschaftsingenieur) zur Verstärkung von Marketingaktivitäten		Stadt	Zentrum für Faserverbunde + Leichtbau, Volksbank Helmstedt, weitere, Stadtrezeption	Umgesetzt in 2012 und 2014
A 4	Karrieremessen MVP/PL	Präsentation der Stadt auf regionalen Berufsmessen		Stadt/ Evt. Unternehmen als Beauftragende (Messeförderung)	Interessierte Unternehmen als Messestand-Anschließer	Wird den Unternehmen der Steuerungsgruppe gezielt und anderen via Internetseite angeboten
A 5	Berufsmarketing	Teilprojekte; Kinder-Uni, AK Schule Wirtschaft Berufsnavigator		Stadt ZfL Volksbank Helmstedt, weitere	Unternehmen, Schulen	Kinderuni: erfolgreich durchgeführt AK Schule-Wirtschaft: Teilnahme städtische Wifö am Arbeitskreis Berufsnavigator: läuft
A 6	„Stadt-Rezeption“ Haldensleben	Schaffung einer zentralen Service-Stelle für potentielle Neubürger und Stellenbewerber, sowie Bürger		Stadt	Beantragung über ESF , Projektträger RKW	Eröffnung am 31.7.2013 Innovationszentrum

Handlungsfeld B: Einwohnerakquise

	Projekt	Kurzbeschreibung	Zeitraum/ Termin	Verantwort- lich	Mitwirkende	Bemerkung
B 1	Veranstaltungsreihe „Stadtgespräch“	Talkveranstaltung für Einpendler	Laufend	Stadt, Stadtrez- ption	Jeweilige Unter- nehmen	Laufend, nach Bedarf und auf An- frage
B 2	Nachakquise	Nachbearbeitung der gewonnenen Pendler- kontakte mit regel- mäßigen Infobriefen		Stadt, Stadtre- zeption		laufend
B 3	Infoterminals/ 	Infoständer oder Infoterminals ste- hen für Beschäf- tigte zur Verfü- gung	Abhängig von Finanzierung	Stadt	Jeweilige Unter- nehmen	Alternativ wurden in verschiedenen Firmen und auch in der Haldensle- ber Agentur für Arbeit Flatscreens mit städtischen Angeboten be- stückt, oder „schwarze Bretter“ als Infotafeln installiert.
B 4	Werbemaßnahme in Bussen und Bahnen	In Bussen und Bah- nen werden Pendler durch Werbemaß- nahmen auf Stadt HDL hingewiesen		Stadt		Nach Bedarf umgesetzt: Werbung auf LKW Fa. Hövelmann Angedacht: Plakatwerbung
B 5	Mietwohnungs- und Immobilien- portal auf www.haldensleben.de	Möglichst umfassen- der Nachweis des Angebotes	Seit 15.11.2011	Stadt	Makler, Bauträ- ger, Wohnungsan- bieter	Umgesetzt www.haldensleben.de
B 6	Stadtrezeption	Schaffung einer zentralen Service- Stelle für potentielle Neubürger und Stel- lenbewerber	Ab 02/2013	Stadt	Beantragung über ESF	Eröffnung am 31.7.2013 Innovationszentrum
	Neuer Wohnraum	Schaffung neuer Wohngebiete Akquirieren privater Investoren	laufend	Stadt und andere	Makler, Banken, Unternehmen	

Handlungsfeld C: Standortwerbung

Projekt	Kurzbeschreibung	Zeitraum/ Termin	Verantwort- lich	Mitwirkende	Kosten	Kostenüber- nahme	Bemerkung
<p>Durch eine abgestimmte, zielgruppenspezifische Werbestrategie soll das Image der Stadt Haldensleben— ausgehend vom guten Image im Bereich wirtschaftlicher Anziehungskraft auch bezüglich des Themenkomplexes „Leben und Arbeiten“ gestärkt werden.</p> <p>Grundaussage: Haldensleben verbindet die Vorzüge einer Kleinstadt mit einem überraschend vielfältigen Angebot an Arbeits-, Kultur- und Freizeitmöglichkeiten sowie einer guten sozialen Infrastruktur.</p> <ul style="list-style-type: none">-Postkartenaktion-Großflächenplakate-abgestimmte Pressearbeit-Web 2.0 (facebook in Umsetzung) <p>Die nähere Umsetzung ist abhängig von entsprechenden Mitteln. In Zusammenarbeit mit der Stadtrezeption wird derzeit ein Konzept für die Umsetzung in 2014 erarbeitet. Konkret soll die Steuerung über einen Marketingstammtisch erfolgen, an dem die mit Öffentlichkeitsarbeit betrauten MA der Steuerkreismitglieder mitwirken.</p> <p>Erstes Treffen Dez. 2013.</p>							

Handlungsfeld D: Innenmarketing -Verbesserung der Standortqualität-

	Projekt	Kurzbeschreibung	Zeitraum/ Termin	Verantwort- lich	Mitwirkende	Bemerkung
D 1	Gastronomie	Gezielte Akquise eines Investments für gehobene Gastronomie	laufend	Stadt	Unternehmen ggfs. in Form von Aussicht auf Firmenveranstaltungen	Q-Siegel Seminar der Hochschule Harz durchgeführt und allen Gastronomen eine kostenlose Teilnahme angeboten. Durchgeführt Frühjahr 2013
D 2	Betriebswohnungen	Klärung des Bedarfes für temporäre Betriebswohnungen	umgehend	Unternehmen Steuerkreis		Auswertung der Abfrage ergab, dass kein/kaum Bedarf besteht— könnten aber vereinzelt durch WOBAU gestellt werden / auch eingerichtete Wohnungen für Auszubildende möglich
D 3	Betriebskindergarten	Bedarfsanalyse, Vorkonzeption	Bis 08/2011 (Bedarf) Konzeption bis 12./2011, in 2012 Umsetzung	Stadt	Unternehmen	Bedarf wurde abgefragt, kein Bedarf vorhanden Nochmals explizit auf das umfassende städtische Betreuungsangebot hingewiesen. (von 06.00 bis 20.00 Uhr, wenn gewünscht und auf Nachfrage), Beachtung Änderung KiFöG!
D 4	Verbesserung der Kommunikation Wohnraumbedarf	Auftaktgespräch mit Anbietern, systematische Zusammenstellung des Angebotes	Ab 10/2011 laufend	Stadt	Makler, Eigentümer, Bauträger	Gespräch hat stattgefunden Mitarbeiterin der Stadt immer im direkten Kontakt zu den Maklern, um die Immobilienbörse aktuell zu halten.
D5	Marketing-Stammtisch	Gezieltes Marketing für die Stadt und Interessierte Unternehmen		Stadt	Stadt, interessierte Unternehmen	Ähnlich dem Personalerstammtisch verfolgt der Marketingstammtisch das obere Ziel, der gemeinsamen Vermarktung der Stadt Haldensleben. Steht aber allen Hilfesuchenden Unternehmen, die Fragen zum Thema eigenes Marketing haben, kostenlos und nach Bedarf zur Verfügung.

Handlungsfeld E: Steuerung/Interne Kommunikation/Overhead-Maßnahmen

	Projekt	Kurzbeschreibung	Zeitraum/ Termin	Verantwort- lich	Mitwirkende	Bemerkung
E 1	Steuergruppe	Definition der Ent- scheidungsprozesse, Entwicklung Finan- zierungskonzept, Teilnehmerkreis	Ab 08/2011 laufend	Steuergruppe		Trifft sich regelmäßig, um Hand- lungskonzept abzuarbeiten und bedarfsgerecht fortzuschreiben
E 2	Kick-off-Veranstaltung	Umfassende Infor- mation aller Unter- nehmen und Institu- tionen,	27.09.2011	Stadt		Erledigt Folgeveranstaltung zur weiteren Information an alle interessierten Unternehmen geplant
E 3	Stadtrezeption	Schaffung einer zentralen Service- Stelle für potentielle Neubürger und Stel- lenbewerber	Ab 02/2012	Stadt	Beantragung über ESF	Eröffnung am 31.7.2013 Innovationszentrum
E 4	Binnenkommunikation	Regelmäßige In- formation der Unternehmen und Institutionen über den 2020-Prozess	Ab sofort laufend	Stadt		Fortlaufend und unter Einbeziehung sämtlicher Medien und gezielten Veranstaltungen

A 1

Projektbeschreibung: Kommunale Stellenbörse

Beschreibung

Das städtische Internetportal www.haldensleben.de ist der zentrale Anlaufpunkt für Bürger, Unternehmen und Institutionen, die Informationen rund um die Stadt Haldensleben suchen.

Beim Relaunch 2012 wurde neben mehr Übersichtlichkeit und einer neuen Gestaltung die Einbindung einer kommunalen (Ausbildungs-) Stellenbörse umgesetzt. Diese steht Unternehmen der Stadt Haldensleben und der unmittelbaren Umgebung kostenlos zur Verfügung.

Ziele

Ziel des Projektes ist es natürlich, zum einen die Vielfalt der zur Verfügung stehenden Arbeitsangebote darzustellen. Zur Stellensuche werden indes i.d. R. andere Portale im Netz oder traditionelle Wege genutzt. Vor allem aber soll das Portal deshalb dazu dienen, darzustellen, welche Beschäftigungsmöglichkeiten es für den jeweiligen Partner eines konkreten Interessenten gäbe.

A 2

Projektbeschreibung:
Personalerstammtisch

Beschreibung

Regelmäßige Treffen der Personalverantwortlichen der Unternehmen in lockerer Atmosphäre.

Ziele

Die unmittelbar mit der Auswahl und Einstellung des Personals befassten leitenden Mitarbeiter der Unternehmen werden sich künftig regelmäßig in informeller Runde treffen.

Dabei können Informationen über potentielle Mitarbeiter bzw. Bewerber - so denn deren Einverständnis vorliegt, auch anderen Unternehmen zur Kenntnis gegeben werden. So können Bewerber auf Stellen in Haldensleben damit rechnen, dass ihre Bewerbung einem größeren Kreis an Unternehmen zur Verfügung steht.

Ferner dient der Personalerstammtisch künftig als „Informationsdrehscheibe“, da die Mitarbeiter der Stadt Haldensleben parallel zu anderen Informationskanälen regelmäßig über für Bewerber interessante Informationen zur kulturellen, sozialen Infrastruktur der Stadt an die Personalverantwortlichen als unmittelbar Befasste weitergeben.

Zudem steht der Personalerstammtisch auch bei praktischen Fragen zur Verfügung. Sofern Interesse und Bedarf besteht, an Personaler heranzutreten, die sich hauptamtlich diesem Tätigkeitsbereich widmen, sind alle Haldensleber Kleinunternehmen eingeladen, sich an diesem Personalerstammtisch zu beteiligen und ihre Fragen zu stellen. Kostenlos und unbürokratisch, dem Thema entsprechend streng vertraulich.

A 3

Projektbeschreibung:
Haldensleben-Stipendium (HDL-Stipendium)

Beschreibung

Die Stadt Haldensleben, die Volksbank Helmstedt und ein weiterer Partner aus der produzierenden Wirtschaft vergeben jeweils ein Haldensleben-Stipendium für die Dauer eines halben oder eines ganzen Jahres an Studenten und/oder Absolventen wirtschaftswissenschaftlicher oder ingenieurwissenschaftlicher Studiengänge. Die Volksbank Helmstedt stellt hierfür eine geeignete Wohnung in zentraler Lage zur Verfügung. Ferner erhalten die Stipendiaten eine Stipendiumszahlung von 400.- € monatlich und je nach Leistung von Sponsoren weitere Sachleistungen. Die fachliche Begleitung wird vom Industriepartner, der Volksbank Helmstedt eG und der Stadt Haldensleben, Abteilung Wirtschaftsförderung, Tourismus & Kommunikation gemeinschaftlich übernommen

Während der Stipendiumsphase übernimmt der/die Stipendiat/in die Ausarbeitung einer wissenschaftlichen Arbeit bzw. übernimmt traineeähnliche Aufgaben im Bereich Marketing für den Wirtschaftsstandort Haldensleben. Das Projekt kann bei Bereitschaft weiterer Sponsoren auf mehrere Teilnehmer hochskaliert werden.

Ziele

Das HDL-Stipendium soll zum einen die Attraktivität Haldenslebens auch für Absolventen unterstreichen als auch geeignete Kandidaten für zu besetzende Stellen generieren.

A

4

Projektbeschreibung:
Besuch von Karriere- und Recruitmentmessen

Beschreibung

Bewerber oder Recruitmentmessen gewinnen zunehmend an Bedeutung. Die Stadt Haldensleben, Abteilung Wirtschaftsförderung, Tourismus & Kommunikation, steht - gerne in Kooperation mit Unternehmen- zur Verfügung, entsprechende Messen in ausgewählten Zielgebieten als Aussteller zu besuchen, gesammelte Stellenangebote sowie die Arbeitgeberstruktur der Region dort zu präsentieren. Dabei sollen auch entsprechende Messen im nahen europäischen Ausland nicht ausgespart bleiben. Je nach Förderkulisse kann die Kooperation mit Unternehmen geboten sein. Die Messebeteiligungen hängen zudem von einer weitest gehenden gemeinsamen Kostenübernahme der Anschließunternehmen ab.

Welche Messen konkret besucht werden, ist noch festzulegen bzw. hängt vom entsprechenden Bedarf ab.

Ziele

Die selbständige Teilnahme an solchen Messen ist für die meisten Unternehmen weder sinnvoll noch effektiv. Hier bietet das Projekt eine sinnvolle Bündelungsmöglichkeit.

A 5 Projektbeschreibung: Berufsmarketing
--

Beschreibung

Um Schüler schon frühzeitig in der Berufswahl zu unterstützen und die Verknüpfung zwischen Schulen und Unternehmen zu festigen, ist ein ganzes Bündel von Teilmaßnahmen erforderlich. Es gibt auf diesem Gebiet bereits zahlreiche gute Ansätze, wie das Projekt „Berufsnavigator“ der Volksbank Helmstedt, die Tätigkeit des Arbeitskreises Schule-Wirtschaft mit der jährlichen Berufsorientierungsmesse, die bestehende Kooperation zwischen dem Innovationszentrum Faserverbunde und der Berufsschule Haldensleben, aber auch neue Projekte, wie eine im Frühjahr 2012 bereits erfolgreich durchgeführte Kinderuniversität in Kooperation zwischen dem Zentrum für Faserverbunde und Leichtbau bzw. der FH Magdeburg-Stendal, der Volksbank Helmstedt und der Stadt Haldensleben.

Ziele

Durch frühzeitige Berufsorientierung können die Unternehmen der Region mitwirken, potentiell interessierte Schüler frühzeitig mit ihrem Tätigkeitsbereich und ihren Berufsprofilen vertraut zu machen.

A 6 (B 6 E 3) Projektbeschreibung: Stadt-Rezeption Haldensleben

Ausgangslage

In einem Arbeitsmarkt, der geprägt ist von zunehmendem Wettbewerb um qualifizierte Kräfte, gewinnen zunehmend die Umfeldfaktoren an Bedeutung für die Entscheidung eines Bewerbers für oder gegen ein konkretes Stellenangebot.

Bei der Akquise von Fach- und Führungskräften stehen Unternehmen in Haldensleben häufig vor dem spezifischen Problem, dass der Standort Sachsen-Anhalt nach wie vor mit (ungerechtfertigten) Imageproblemen zu kämpfen hat und im Besonderen natürlich die Stadt Haldensleben als Arbeits- und Wohnort aufgrund ihrer Größe. Dabei besitzt die Stadt Haldensleben unabhängig ihrer Einwohnerzahl durchaus eine gut entwickelte soziale und kulturelle Infrastruktur, ferner bietet sie in vielen Sektoren eine hohe Lebens- und Wohnqualität. Diese spezifischen Vorteile können i.d.R. jedoch im Rahmen des Findungsprozesses von den Unternehmen nur unzureichend kommuniziert werden.

Maßnahme

An dieser soll das Projekt „Stadtrezepzion Haldensleben“ einen neuen Ansatz bieten.

Dabei werden die Bewerber der engeren Wahl gezielt zum Ende des Auswahlprozesses an die Stadtrezepzion verwiesen. Die entsprechend geschulten Mitarbeiter der Stadtrezepzion bieten den Bewerbern dann nach dem Prinzip „one face to the customer“ einen umfassenden Service vor, während und unmittelbar nach der Arbeitsplatzwahl.

Den Klienten werden konkrete Wohnungsangebote ebenso vermittelt, wie erste Kontakte zu Schulen, Kindertagesstätten, Vereinen – kurz zu allen Institutionen der Stadt, die der Bewerber konkrete in Anspruch nehmen muss oder will.

Dieses Verfahren soll mit höchstem Qualitätsanspruch verfolgt werden, angestrebt wird eine Zertifizierung des Gütesiegels Q Servicequalität in Sachsen-Anhalt. Von entscheidender Bedeutung ist dabei, den spezifischen Vorteil der kurzen Wege und der übersichtlichen Strukturen einer Kleinstadt auszuspielen und eine maximal persönliche Ansprache gegenüber den Bewerbern zu finden. Die Abteilung Wirtschaftsförderung, Tourismus und Kommunikation hat die erste Qualifizierungsstufe in 2012 absolviert

Weiterhin soll die Stadtrezepzion ihre Serviceangebote auch offensiv an bereits in Haldensleben beschäftigte Einpendler herantragen und diesen mit ihren bewährten Hilfsangeboten zur Verfügung stehen. Dieser Aspekt liegt natürlich vorrangig im Interesse der Stadt Haldensleben, aber er kommt mittelbar auch der regionalen Wirtschaft zugute. Denn nur wenn der demografische Abschmelzprozess durch verstärkten Zuzug verlangsamt werden kann, ist auch die kulturelle, soziale und stadttechnische Infrastruktur im jetzigen Niveau dauerhaft zu sichern.

Flankiert werden soll die Arbeit der Stadtrezepzion durch zielgerichtete Marketingmaßnahmen, wie Infoveranstaltungen (weitere „Stadtgespräche“), die Erarbeitung und Verteilung von Informationsmaterial sowie die aktive Nutzung von social-media-Angeboten im Internet. Ständige Kontaktpflege mit der Nutzerseite (Personalbereiche der Unternehmen) und Anbieterseite (Immobilienverkäufer/-vermieter, soziale und kulturelle Einrichtungen, Handel und Gewerbe...) ist ebenfalls ein zwingender Bestandteil des Aufgabenfeldes.

Projektumfang

Vorgesehen ist es, die Stadtrezepzion mit zwei Beschäftigten zu besetzen, wenn das Land Sachsen-Anhalt das Vorhaben fördert.

Der/die Leiter(in) soll die Aktivitäten federführend nach außen gerichtet durchführen und wird von einem/einer Mitarbeiter/in in Bezug auf Organisatorisches, Terminkoordination und sonstige Backoffice-Aufgaben unterstützt bzw. vertreten werden.

Für die Durchführung sind ferner die Beschaffung eines geeigneten Büros als Anlaufstelle, die notwendige Möblierung/Kommunikationstechnik sowie ein eigener Etat für Marketingmaßnahmen notwendig.

Die fachliche Anbindung/Betreuung wird durch die Stadt Haldensleben, Abteilung Stadtmarketing gewährleistet.

Ergebnis:

Die offizielle Eröffnung hat am 31.07.2013 stattgefunden. Sitz ist im Gebäude des Innovationszentrums „InnComposites“, Neuhaldensleber Str. 22a, 39340 Haldensleben. Träger des Projektes ist die RKW Sachsen-Anhalt über die zwei Mitarbeiterinnen für dieses Projekt eingestellt wurden. Die Dauer des Projektes ist auf Grund der Fördermittelperiode bis Ende 04/2014. Nähere Informationen unter www.stadtrezepzion-haldensleben.de

B

1 / B 2

Projektbeschreibung:
Stadtgespräche / Nachakquise**Beschreibung**

Die Veranstaltungsreihe Stadtgespräche ist eine bereits mehrfach erfolgreich erprobte Maßnahme. Auf Einladung eines Partnerunternehmens werden Einpendler aus Betrieben in lockerer Atmosphäre mit Wohnungsangeboten und Informationen rund um die soziale und kulturelle Infrastruktur der Stadt Haldensleben vertraut gemacht., Dies geschieht in Form eines moderierten Talks mit lokalen Experten zu den einzelnen Bereichen. Die aktive Begleitung und Bewerbung der Veranstaltung durch die Partnerunternehmen ist erforderlich. Im Nachgang werden die Teilnehmer der Veranstaltungen durch persönliche Ansprache weiter mit Informationen rund um die Stadt Haldensleben versorgt.

Ziele

Die Veranstaltungen dienen dazu, bestehende Wissensdefizite oder auch Vorurteile von einpendelnden Beschäftigten aufzulösen und diese auf sehr persönliche Weise zur Beschäftigung mit dem Gedanken eines möglichen Wohnortwechsels nach Haldensleben anzuregen und diesen Gedanken stetig weiter zu befördern.

Ergebnis:

Die Teilnehmenden der Stadtgespräche wurden umfassend, zeitnah und unbürokratisch informiert. Einzelergebnisse können auf Grund des Datenschutzes hier nicht veröffentlicht werden.

B 3 Projektbeschreibung: Infoterminals
--

Beschreibung

Je nach örtlichen Gegebenheiten werden in möglichst vielen Unternehmen Infoterminals (Computer mit Touchscreen), Infoständer oder Aushänge durch die Stadt Haldensleben bereitgestellt und regelmäßig mit zielgruppenspezifischen Informationen zu kulturellen Veranstaltungen und sozialen Angeboten bestückt.

Ziele

Dieser Infoservice soll ebenfalls dazu dienen, bestehende Wissensdefizite oder auch Vorurteile von einpendelnden Beschäftigten aufzulösen und ins Bewusstsein zu rücken, dass die Stadt Haldensleben mehr ist und mehr sein kann als nur „Arbeitsort“.

Ergebnis:

Als Alternative haben Firmen schon vorhandene Flatscreens mit städtischen Angeboten bestückt oder geben Informationen am eigens für die Stadt Haldensleben aufgehängten „schwarzen Brett“ bekannt.

B 4 Projektbeschreibung: Werbung in Bahnen und Bussen

Beschreibung

Abhängig von noch zu akquirierenden Mitteln ist eine Werbekampagne in Bahnen und Bussen geplant. Dazu gehören auch vorhandene Berufsverkehre.

Ziele

Mit eingängigen und teilweise provokativen werblichen Mitteln soll auf den durch das Einpendeln verbundenen Verlust an Zeit, Geld und Lebensqualität hingewiesen und die Lebensqualität der Stadt Haldensleben positiv beworben werden.

D 1 Projektbeschreibung: Gezielte Akquise eines gehobenen gastronomischen Angebotes

Beschreibung und Zielsetzung

Im Rahmen einer gemeinschaftlichen Akquiseaktion sollen Investitionen in zusätzliche hochqualitative gastronomische Angebote für Haldensleben befördert werden. Zwar verfügt Haldensleben über ein ausreichend leistungsfähiges und teilweise auf hohem Niveau angesiedeltes Angebot, dieses ist dennoch nach Ansicht der Wirtschaftsvertreter und anderen noch ausbaufähig. Eine attraktive, vielfältige und prä-sente Gastronomie ist wesentliches Kennzeichen einer lebenswerten Kommune und fördert die Qualität als Wohnstandort. Gleichzeitig ist dies auch ein wesentlicher „weicher Standortfaktor“ für vorhandene und neu anzusiedelnde Unternehmen.

Ergebnis:

Mit dem Angebot zur kostenlosen Teilnahme am O-Siegel-Seminar (Näheres unter <http://www.servicequalitaet-sachsen-anhalt.de/>) wurde ein erster Schritt unternommen, der Zielsetzung näher zu kommen. Weitere Schritte werden über die Stadtrezeption eruiert und sehr gern unter Beteiligung der hiesigen Gastronomen weiterverfolgt.

D 2 Projektbeschreibung: Betriebswohnungen
--

Beschreibung und Zielsetzung

Ziel des Projektes ist es, im Wege einer Bedarfsanalyse möglichst konkret zu ermitteln, welcher Bedarf für eventuell zu schaffende temporäre Betriebswohnungen besteht. Sofern dieser Bedarf belastbar dargestellt werden kann, wären Modelle zur Finanzierung von „Betriebswohnungen“ darzustellen und konkrete Investments auf dieser Grundlage zu initiieren.

Der Begriff Betriebswohnungen im herkömmlichen Sinne umschreibt die Problematik nur unzureichend. Es besteht jedoch konkreter Bedarf für Einpendler sowohl im gewerblichen als auch im Fach- und Führungskräftebereich, die Interesse an möglichst einfach zu handhabenden Wohnmöglichkeiten während der Arbeitswoche haben.

Diese Maßnahme steht in gewissem Widerspruch zum Teilziel der Einwohnergewinnung. Dennoch ist es im Sinne von Unternehmen, Stadt und Beschäftigten, wenn hier -möglichst innenstadtzentrale- Angebote geschaffen werden.

Ergebnis:

Betriebswohnungen sind gefragt aber nicht dauerhaft und mit sehr unterschiedlichen Ansprüchen. Für einen Fremdinvestor daher ein nicht kalkulierbares Risiko. Über WOBAU nicht realisierbar, jedoch kann vereinzelt auf Anfrage vermietet werden, wenn es die angefragte Mietdauer ermöglicht.

Möblierte Wohnungen auf dem Süplinger Berg für Auszubildende sind vorstellbar.

D 3 Projektbeschreibung: Bedarfsgerechtere Kinderbetreuung
--

Beschreibung und Zielsetzung

Schon zum jetzigen Zeitpunkt bietet die Stadt Haldensleben in ihren Kindereinrichtungen über Regelöffnungszeiten hinaus auf Anfrage Kinderbetreuung an. Diese orientiert sich am konkreten Bedarf der jeweiligen Erziehungsberechtigten unter Berücksichtigung des Kindeswohls als Einzelfallentscheidung. Das Kind wird dann in seiner Einrichtung betreut. Diese Lösung war bislang wenig bekannt und ist auf jeden Fall sehr aufwendig.

Eine speziell auf die temporär bestehenden Bedürfnisse ausgerichtete zusätzliche Einrichtung könnte hier sowohl Kosten dämpfen als auch die Qualität verbessern und so für mehr Flexibilität von Beschäftigten sorgen helfen. Ohne die finanzielle Beteiligung der Unternehmen ist die Schaffung eines solchen Angebotes, voraussichtlich zu verorten im künftigen Mehrgenerationenhaus, nicht möglich.

Aus diesem Grund hat die Stadtverwaltung eine Befragung von Unternehmen durchgeführt. Im Ergebnis war festzuhalten, dass der Bedarf und die Mitfinanzierungsbereitschaft relativ gering sind.

Es bleibt abzuwarten, inwieweit dieses Stimmungsbild noch durch Bedarfsmeldungen von Beschäftigten angereichert und die Neufassung des KiFöG neue Lösungsansätze ermöglicht.

Ergebnis:

Nach gezielter Bekanntgabe des vorhandenen Betreuungsangebotes und einer Bedarfserhebung ist deutlich geworden, dass sich ein Betriebskindergarten nicht lohnt. Im Bedarfsfall wird nach Einzellösungen gesucht, wobei derzeit die Stadt und zukünftig die Stadtrezeption unterstützen. (Tagesmutter, Kita-Betreuung ab 06.00 Uhr bis 20.00 Uhr)

Der Bedarf und die Änderungen des KiFöG's zum Jahr 2014 rufen Alternativen zur ganztäglichen Kinderbetreuung in einer Kindertagesstätte auf, die es Familien weiterhin ermöglichen sollen, Familie und Beruf miteinander so zu verbinden, wie der eigentliche Bedarf ist. Ein Unterprojekt „Familienwagen“ befindet sich derzeit in der Prüfung einer tragbaren Umsetzung.

D 4/B 5 Projektbeschreibung:
Verbesserung der Kommunikation – Wohnraumbedarf-/Immobilienbörse

Beschreibung und Zielsetzung

Bedingt durch die in Sachsen-Anhalt frühzeitig geführte Debatte über den demografischen Wandel, die daraus folgernde negative Prognose und den vorhandenen Leerstand hat es in Haldensleben in den vergangenen Jahren nahezu keinen Neubau von Mietwohnungen gegeben. Der seit Jahren um den Nullpunkt herum schwankende Wanderungssaldo schien diese Einschätzung zu bestätigen und hat sich bei den Akteuren der Wohnungswirtschaft verfestigt.

Durch den Diskussionsprozess Haldensleben 2020, durch die Erfahrungen von durch die öffentliche Wohnungswirtschaft (Wobau) und private Akteure betriebenen antizyklischen Investments hat sich indes gezeigt, dass eine differenziertere Betrachtungsweise notwendig ist. Der entgegen der wirtschaftlichen Entwicklung stagnierende Zuzug ist auf einen Mangel an marktgängigem 2- und 3-Raum-Wohnraum mittleren und gehobenen Standards zurückzuführen. Auch Eigenheime auf Mietbasis finden ihre Mieter, teilweise werden in der Innenstadt bei hochqualitativen Neuvermietungen bereits deutlich ansteigende Mieten durchgesetzt – auch dies ein Zeichen einer Trendwende. Diese offensichtliche Trendwende muss nun stärker in das Bewusstsein der wohnungswirtschaftlichen Akteure gebracht werden und so den Boden für weitere Investments bereiten.

Zu diesem Zweck soll ein wohnungswirtschaftlicher Arbeitskreis auf Initiative der Stadt Haldensleben installiert werden. Akteure sollen hier die Wohnungsunternehmen, private Bauträger und Investoren, Makler und die Banken sein. Ziel des Arbeitskreises soll eine Verbesserung und Verstärkung der Kommunikation in beide Richtungen sein: Zum Einen benötigen Unternehmen für ihre Mitarbeiter regelmäßig aktuelle Wohnraumangebote, zum anderen können möglichst konkrete Bedarfsmeldungen zu zielgerichteten wohnungswirtschaftlichen Investments führen.

Flankierend hierzu wurde im Rahmen des Relaunchs von www.haldensleben.de ein Immobilienportal für Kauf- und Mietobjekte eingerichtet, welches Angeboten aus Haldensleben kostenlos zur Verfügung steht. Dieses Angebot versteht sich als Zusatzoption zu den gängigen Portalen und hat das Ziel, ein möglichst umfassendes Angebot bezogen auf Haldensleben darzustellen.

Ergebnis:

- Im Zuge der Neugestaltung der städtischen Internetseite wurde die Stellen- und Immobilienbörse integriert
- sehr gute Zusammenarbeit mit Agentur für Arbeit auch in der Vermittlung von Arbeitnehmerpartnern
- „Vermittlung auf kurzem Wege“ zwischen den Firmen läuft nach Bedarf

E 1 Projektbeschreibung: Steuergruppe

Beschreibung und Zielsetzung

Die Steuergruppe besteht derzeit aus Vertretern der Unternehmen der Unternehmen Hermes Fulfilment GmbH, Keramag GmbH, Euroglas GmbH, Brömse GmbH und Co KG, IFA-Rotorion, sowie Ameos Klinikum Haldensleben. Ferner gehören der Steuergruppe Vertreter der Stadtverwaltung und der Wobau Haldensleben an. Entscheidungen werden projektbezogen auf Mehrheitsbasis gefällt. Es gilt für die Zukunft, die Arbeit dauerhaft zu installieren. Die Auslagerung eines großen Themenbereiches auf die Arbeitsebene (Personalerstammtisch) ist notwendig, ebenso ist angestrebt, den Kreis um 2-3 Unternehmen zu vergrößern— erstmals durch Ameos Klinikum Haldensleben. Fachbezogen werden Institutionen, die Agentur für Arbeit, Banken, ... zu den Treffen der Steuerungsgruppe eingeladen, wenn es darum geht, fachliche Fragen zu klären.

Die Verstetigung des Prozesses, die Entwicklung eines Mechanismus zur Bewältigung des sich aus dem Maßnahmenpaket ergebenden Finanz- und Arbeitsaufwands sowie die Kommunikation zu Akteuren außerhalb der Steuergruppe sind die zentralen Aufgabenstellungen für die interne Steuerung.