



**EIN WERKZEUGKASTEN
ZUM UMGANG MIT MULTILOKALITÄT**





Landkreis Diepholz

Landkreis Diepholz
Fachdienst Kreisentwicklung
Niedersachsenstr. 2
49356 Diepholz
www.diepholz.de

GERTZ GUTSCHE RÜMENAPP
Stadtentwicklung und Mobilität
Planung Beratung Forschung GbR

© Team TempALand



Leibniz Universität Hannover
Institut für Umweltplanung
Herrenhäuserstr. 2
30419 Hannover
www.umwelt.uni-hannover.de



GEFÖRDERT VOM



BMBF-Förderkennzeichen: FKZ 033L173

INHALT

A

TempALand: Ein Werkzeugkasten zum Umgang mit Multilokalität	4
Motive und Gründe für ein multilokales Leben	6
Handlungsfelder & Themen	12
Bedienungsanleitung	14

B

WERKZEUGE

+ BRENNGLAS Worum geht es bei Multilokalität?	TEIL 1
1 MESSGERÄTE Ermitteln Sie die Anzahl multilokal lebender Personen und deren Wünsche und Anforderungen	TEIL 2
2 EXPERIMENT Machen Sie sich ein Bild über zukünftige Entwicklungen und mögliche Auswirkungen multilokaler Lebensweisen	TEIL 3
3 STECKSCHLÜSSELSATZ Finden Sie passende Ideen zum Umgang mit Multilokalität	TEIL 4

TEMPALAND- EIN WERKZEUGKASTEN ZUM UMGANG MIT MULTILOKALITÄT

Immer mehr Menschen in Deutschland gehen so weit entfernt von ihrem eigentlichen Wohnort einer Arbeit, einem Studium oder einer Ausbildung nach, dass sie zeitweise woanders leben. Zeitlich begrenzte Arbeitsaufträge, die Nutzung einer Freizeitwohnung, eines Dauercampingwagens oder die nur zeitweise Anwesenheit von Familienmitgliedern, z. B. aufgrund eines Studiums, sind Gründe für ein Leben an mehreren Orten.

Unter dem Begriff Multilokalität werden im Forschungsprojekt TempALand Lebensweisen verstanden, die an zwei oder mehreren Orten gleichzeitig stattfinden und die mehr oder weniger regelmäßige Übernachtungen an diesen Orten umfassen. Die Orte werden dabei funktionsteilig genutzt. Damit lassen sich multilokale - also mehrörtige Lebensweisen - von (Fern-) Pendlermobilität abgrenzen. In TempALand werden explizit die Auswirkungen von An- und Ab-

wesenheiten von multilokal lebenden Menschen in ländlichen Räumen in den Blick genommen (siehe z. B. Abbildung 1). Als Incomings werden die Personen bezeichnet, die zeitweise in einer Kommune kommen. Outgoings sind Personen, die zeitweise eine Kommune verlassen.

Mit Analysen in fünf Modellkommunen des Landkreises Diepholz hat TempALand versucht mehr vom Alltag und Ansprüchen multilokal lebender Menschen herauszufinden. Unterschiedliche Rahmenbedingungen und Entwicklungen sorgen für diverse Wechselwirkungen zwischen demografischem Wandel und multilokalen Lebensweisen, auf die Kommunen reagieren können. Informationen darüber sind für die Kommunen jedoch zunehmend von Bedeutung, um die Auswirkungen auf den Wohnungsmarkt, die Infrastrukturen, das Mobilitätsangebot oder das bürgerschaftliche Engagement im Blick zu behalten - und die Wünsche von Menschen mit mehreren Wohnsitzen besser berücksichtigen zu können.

Dieser Werkzeugkasten besteht aus den vier Werkzeugen „Brennglas“, „Messgeräte“,

„Experiment“ und „Steckschlüsselsatz“. Zunächst werden mögliche Motive und Gründe für multilokale Lebensweisen beispielhaft vorgestellt sowie Handlungsfelder und Themen des Werkzeugkastens erläutert. Danach wird die Bedienungsanleitung des vorliegenden Werkzeugkastens erklärt.

Finden Sie als Vertreterinnen und Vertreter von Gemeinden, Städten, Landkreisen, Unternehmen und Vereinen heraus, was Multilokalität bedeutet und wie Sie damit umgehen können. Testen Sie den Werkzeugkasten!



The News

Kreisblatt TempAHausen

Lokales Montag, 14. November 2050

NEWS * LIFESTYLE * SPORT * WETTER

BREAKING NEWS

Feuer am Freitagnachmittag

Leider brach das Feuer **am Freitag am späten Nachmittag** aus.

Feuerwehrmann A war auf **Montage** und noch nicht zurück,
Feuerwehrmann B war bereits zum **Campingplatz** gefahren und
Feuerwehrfrau C war für ihr **Unternehmen** in Tokio.

Feuerwehrmann D bekam Unterstützung von Feuerwehrfrau E,
die zum Glück schon von ihrem Studienort für das Wochenende wieder da war.

Die beiden hielten das Feuer in Schach, bis alle gemeinsam am Sonntag
zwischen 18:15 und 19:23 Uhr am Brandort sein konnten und das Feuer gelöscht wurde.

Abbildung 1: Fiktive Schlagzeile aus dem Kreisblatt TempAHausen im Jahr 2050

MOTIVE UND GRÜNDE FÜR EIN MULTILOKALES LEBEN

Die Motive und Gründe für ein Leben an mehreren Orten sind sehr unterschiedlich und greifen häufig ineinander. Oft besteht ein Spannungsfeld zwischen Zwang und Freiwilligkeit (ARL 2016). Die folgenden (fiktiven) Personenbeschreibungen zeigen Beispiele, warum Personen ein Leben an mehreren Orten führen.

Bernd, 43 Jahre, Informatiker

Bernd arbeitet seit zehn Jahren in einem international tätigen Unternehmen, welches mehrere Betriebe in verschiedenen Ländern hat. Er ist Informatiker und kann zeitweise von zu Hause oder unterwegs arbeiten. Bernd lebt seit ca. sechs Jahren multilokal, weil er berufsbedingt an verschiedene Betriebsstandorte delegiert wird, um dort Projekte zu leiten.



Abbildung 2: Bernd, Informatiker

Brigitte, 53 Jahre, Personalentwicklerin

Brigitte arbeitet seit sechs Jahren als Leiterin der Personalentwicklung in einem großen Unternehmen. Sie ist beruflich und privat schon immer viel gereist und besitzt eine Ferienwohnung auf einer spanischen Insel. Dort reist sie häufig auch mal für ein Wochenende hin oder verbringt ihren Urlaub dort.



Abbildung 3: Brigitte, Personalentwicklerin

Karl-Heinz, 72 Jahre, im Ruhestand

Karl-Heinz lebt seit zwei Jahren allein und ist im Ruhestand. Er besucht häufig seine Tochter und ihre Familie. Seine Tochter hat zwei Kinder, die vier und sieben Jahre alt sind. Da seine Tochter und ihr Mann berufstätig sind, springt Karl-Heinz innerhalb der Woche häufig als Betreuer für die Kinder ein. Seine Tochter hat ihm dafür ein Zimmer eingerichtet, in dem er regelmäßig übernachtet.



Abbildung 4: Karl-Heinz, im Ruhestand

Manfred, 35 Jahre, Maurergeselle

Manfred ist seit sieben Jahren Maurergeselle in einem mittelständigen Bauunternehmen. In dem Unternehmen hat er auch seine Ausbildung gemacht. Er übernimmt die Bauleitung auf verschiedenen Baustellen und reist häufig von einem Projekt zum nächsten. Auf Montage lebt er regelmäßig für ca. drei bis sechs Monate in kleinen Zimmern oder in Wohncontainern, bis die Baustellen abgeschlossen sind. Die Wochenenden verbringt er, wenn möglich, bei seiner Familie.



Abbildung 6: Achmed, Auszubildender



Abbildung 5: Manfred, Maurergeselle

Achmed, 19 Jahre, Auszubildender

Achmed ist Auszubildender zum Bürokaufmann bei einem kleinen Unternehmen. Die Berufsschule ist im nächstgelegenen Mittelzentrum und mit dem ÖPNV nur schwer zu erreichen. Für den Blockunterricht, der zweimal im Jahr für ca. zwei bis drei Monate in der Berufsschule stattfindet, lebt Achmed in einem kleinen Zimmer in einem Wohnheim, welches von seinem Unternehmen angemietet wird.



Abbildung 7: Stefan, Erntehelfer

Stefan, 33 Jahre, Erntehelfer

Stefan kommt aus Osteuropa und arbeitet als Erntehelfer. Er kommt mehrmals im Jahr für einige Monate zur Ernte von Spargel, Erdbeeren oder Heidelbeeren. In der Zeit lebt er in einem kleinen Bauwagen, den seine Arbeitgeberin ihm zur Verfügung stellt. Oft muss er sich diesen Schlafplatz noch mit anderen Erntehelferinnen und -helfern teilen. Es gibt Gemeinschaftstouletten und -aufenthaltsräume auf dem Hof, auf dem die Bauwagen stehen.

Daniela, 22 Jahre, Studentin

Daniela ist Studentin der Sozialwissenschaften in einer größeren Stadt in Deutschland. Sie wohnt während der Vorlesungszeit in einer Wohngemeinschaft mit Gemeinschaftsküche. In ihrem Elternhaus hat sie immer noch ihr Jugendzimmer, in dem sie in der vorlesungsfreien Zeit und regelmäßig an den Wochenenden übernachtet.



Abbildung 8: Daniela, Studentin

Luisa, 6 Jahre, Schülerin

Luisa ist in der ersten Klasse. Ihre Eltern haben sich vor zwei Jahren getrennt. Nun lebt sie innerhalb der Woche bei ihrem Vater und an den Wochenenden bei ihrer Mutter, die aus dem gemeinsamen Haus in eine kleinere Wohnung in der Nachbarschaft gezogen ist. In der Wohnung ihrer Mutter hat Luisa ihr eigenes Kinderzimmer.



Abbildung 9: Luisa, Schülerin

Abbildung 10: Isabelle, Verkäuferin



Isabelle, 49 Jahre, Verkäuferin

Isabelle arbeitet seit 20 Jahren bei einem Einzelhändler als Verkäuferin. Sie ist mit 20 aus dem Elternhaus in die nächstgelegene Stadt gezogen. Seit fünf Jahren ist ihre 80-jährige Mutter auf Pflege angewiesen. Da Isabelle ca. 70 Minuten Autofahrt entfernt wohnt und arbeitet, hat sie innerhalb der Woche einen Pflegedienst engagiert. An den Wochenenden kommt sie aber regelmäßig, um ihre Mutter zu versorgen. Dann übernachtet sie auch in ihrem Elternhaus.



Abbildung 11: Alex und Martin, im Ruhestand

Alex und Martin, 65 Jahre, im Ruhestand

Alexandra und Martin sind seit einem Jahr im Ruhestand. Diesen verbringen sie saisonal als Dauercamper auf einem Campingplatz. Vor zwei Jahren haben sie sich einen Stellplatz gemietet und sind nun den ganzen Sommer dort. Da es ihnen im Winter aber zu kalt ist, verbringen sie diese Jahreszeit in ihrem Haus.

Claudio, 28 Jahre, Anlagenbauer

Claudio ist seit fünf Jahren Anlagenbauer in einem mittelständigen Unternehmen. Während des Studiums hat er Vanessa kennengelernt, mit der er seit acht Jahren zusammen ist. Sie führen eine Wochenendbeziehung: Die Wochenenden verbringen sie abwechselnd bei ihm oder bei ihr. An seinem Hauptwohrtort ist er in der Freiwilligen Feuerwehr engagiert und aufgrund seiner Beziehung alle zwei Wochen nicht vor Ort, um die Tagesalarmbereitschaft zu sichern.



Abbildung 12: Claudio, Anlagenbauer

THEMEN UND HANDLUNGSFELDER DES WERKZEUGKASTENS



Mit welchen Strategien und Maßnahmen können Sie als Vertreterinnen und Vertreter von Gemeinden, Städten, Landkreisen, Unternehmen und Vereinen auf Multilokalität reagieren? Auf diese und andere Fragen können Sie im Werkzeugkasten Lösungen finden.



WOHNEN



Welche Wohnformen fragen multilokal lebende Personen bzw. Haushalte nach? Welche Anforderungen stellen sich durch Multilokalität an Angebote und Leistungen der Daseinsvorsorge?



INFRASTRUKTUR

Welche Infrastruktureinrichtungen am Ort werden von Multilokalen gebraucht und nachgefragt? Sind sie auf ihre Bedürfnisse angepasst? In welchen Versorgungsbereichen der sozialen und technischen Infrastrukturen könnten sich Folgewirkungen multilokaler Lebensweisen zeigen?



UNTERNEHMEN

Wie können Unternehmen den Lebens- und Arbeitsalltag von multilokalen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern unterstützen? Was können die Unternehmen auch deren Familien oder Partnerinnen und Partnern anbieten?



BÜRGERSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

Wie wirken sich temporäre An- und Abwesenheiten auf die Übernahme freiwilliger Tätigkeiten aus? Welche besonderen Ansprüche und Bedürfnisse haben Multilokale an freiwillige und gemeinschaftliche Aktivitäten? Mit welchen Ideen können Vereine zeitweise Abwesenheiten von Engagierten ausgleichen?

BEDIENUNGS- ANLEITUNG

In diesem Werkzeugkasten finden Sie ein Einstiegswerkzeug und drei weitere Werkzeuge. Damit ermöglicht der Werkzeugkasten einen flexiblen und individuellen Zugriff auf einzelne Themen.

Im Idealfall probieren Sie die Werkzeuge aufeinander aufbauend aus. Je nach Ihrer Interessenslage oder Fragestellung können Sie sich aber auch einzelne Werkzeuge aussuchen, um differenzierte Lösungsansätze zu entwickeln. Der Werkzeugkasten ist als eine Art Wissensspeicher zu verstehen, in dem verschiedene Erhebungsmethoden zur Ermittlung multilokaler Lebensweisen sowie strategische Ansätze und kon-

krete Projektideen zum Umgang mit Multilokalität enthalten sind.

Probieren Sie ihn aus!

Sie finden die einzelnen Werkzeuge auch online unter www.tempaland.de



Steigen Sie mithilfe der TempALand-Werkzeuge in die Themen des Lebens an mehreren Orten ein. Mit den Werkzeugen können Sie Strategien und Maßnahmen für Ihre Anliegen entwickeln.

+

BRENNGLAS

Multi- was? Was sind Motive und Gründe für ein Leben an mehreren Orten? Tauchen Sie spielerisch in die Alltagswelt multilokal lebender Menschen ein und erleben die Herausforderungen und Potenziale „hautnah“.

1

MESSGERÄTE

Wie hoch ist der Anteil multilokal lebender Personen? Welche Statistiken und Analysen können Sie zur Abschätzung verwenden? Welche Formen und Motive mehrörtigen Lebens gibt es in Ihrer Kommune?

3

STECKSCHLÜSSELSATZ

Wie können Sie auf das Phänomen Multilokalität reagieren? Finden Sie mit Hilfe des Steckschlüsselsatzes strategische Ansätze und konkrete Maßnahmen- und Projektideen. Was wollen Sie verändern? Wen wollen Sie einbeziehen? Stöbern Sie in den Projektbeispielen und lassen Sie sich inspirieren.

2

EXPERIMENT

Wie können Sie mit den Auswirkungen mehrörtiger Lebensweisen umgehen? Welche Akteurinnen und Akteure können Sie mitnehmen? Versetzen Sie sich bewusst in eine Zukunftssituation und entwickeln in einem Planspiel Lösungsansätze für die Herausforderungen von Multilokalität.

3 STECKSCHLÜSSELSATZ

Finden Sie passende Ideen zum Umgang mit Multilokalität

STECKSCHLÜSSELSATZ



Konkrete Maßnahmen 

Strategische Ansätze 

Projektideen 



STECKSCHLÜSSELSATZ

Finden Sie passende Ideen zum Umgang mit Multilokalität

Aus den vorherigen Werkzeugen wissen Sie nun, welche Auswirkungen Multilokalität haben kann und welche Herausforderungen es gibt. Aber wie können Sie konkret darauf reagieren? Was wollen Sie verändern oder erreichen? Wen wollen Sie einbeziehen? Der Steckschlüsselsatz liefert Ihnen strategische Ansätze, konkrete Maßnahmen und Projektideen für den Umgang mit Multilokalität. Wählen Sie geeignete Handlungsansätze aus oder lassen Sie sich von Projektbeispielen inspirieren. Setzen Sie sich mittelfristige oder langfristige Ziele? Wollen Sie auf kommunaler oder regionaler Ebene arbeiten? Alle Projektideen können angepasst und weiterentwickelt werden. Damit können Sie die Ideen auf Ihre Kommune zuschneiden, indem Sie sie an Ihre Prioritäten anpassen.

Der Steckschlüsselsatz beinhaltet zahlreiche Projektideen. Diese können Sie entweder frei

auswählen oder systematisch vorgehen. Wählen Sie dafür bspw. zunächst ein Handlungsfeld aus, in dem Sie Projektideen verwirklichen wollen:



Wohnen



Bürgerschaftliches Engagement



Unternehmen



Soziale und technische Infrastrukturen

Im Steckschlüsselsatz haben Sie die Möglichkeit weitere unterschiedliche Filter anzuwenden.

Dabei können Sie im nächsten Schritt Ihre Strategie wählen. Sie können entscheiden, ob Sie:

- **Multilokale sesshaft machen** oder
- **Attraktive Lebensbedingungen für Multilokale schaffen** wollen.

Zusätzlich können Sie die Projektideen nach der Zielgruppe

- **Incomings**, also die Personen, die zeitweise in eine Kommune kommen oder
- **Outgoings**, die zeitweise eine Kommune verlassen,

filtern und passende Lösungsansätze für eine oder beide Zielgruppen finden.

Möchten Sie lieber räumlich passgenaue Projektideen finden? Dann können Sie die Projektbeispiele auch durch Festlegen der folgenden vier räumlichen Ebenen filtern:

- **lokaler Standort**
- **kommunal**
- **überkommunal**
- **regional**

Außerdem ist es möglich, passende Projektideen und Handlungsansätze nach ihrer Art zu filtern und sich dabei zu entscheiden zwischen:

- **analytisch**
- **organisatorisch**
- **konzeptionell**
- **beratend/vermittelnd**
- **baulich-räumlich**
- **vernetzend**

Im Folgenden sind die Projektideen und Handlungsansätze, die gemeinsam mit kommunalen Akteurinnen und Akteuren im Landkreis Diepholz entwickelt wurden, nach den vier Handlungsfeldern sortiert aufgeführt. Für ein gezieltes Vorgehen mithilfe der o.g. Filter empfiehlt sich die Nutzung der Online-Version unter:

www.tempaland.de

Selbstverständlich können Sie auch frei in den Projektbeispielen stöbern und sich inspirieren lassen:



BE 001 Austausch fördern	8
BE 002 Alle sind willkommen	10
BE 003 Vereine bewegen sich	12
BE 004 Zweifach Gutes tun	14
BE 005 Dankbarkeit zeigen	16
BE 006 Gut begleitet	18
BE 007 Schnell gefunden	20



TSI 001 Gut ausgestattet	22
TSI 002 In den Alltag integriert	24
TSI 003 Flexibel unterwegs	26



U 001 Hier wirst du nicht allein gelassen	28
U 002 Gut unterwegs	30
U 003 Kreativ arbeiten	32
U 004 Flexibel arbeiten	34
U 005 Gemeinsam aktiv	36
U 006 Gemeinsam ankommen	38
U 007 Willkommen zurück	40
U 008 Ärztlich willkommen	42
U 009 Bleiben lohnt sich	44
U 010 Gut vermarktet	46
U 011 Wir haben einiges zu bieten	48
U 012 Für jeden etwas dabei	50
U 013 In Kontakt bleiben	52
U 014 Zukunft gestalten	54



W 001 Agieren statt reagieren	56
W 002 Was brauchen wir	58
W 003 Zwischendurch	60
W 004 Gemeinsam genutzt	62
W 005 Kompliziert war gestern	64
W 006 So kann's gehen	66
W 007 Gemeinsam denken und handeln	68
W 008 Impulse setzen	70
W 009 Guter Service	72
W 010 Klein aber oho	74
W 011 Wir haben einiges zu bieten	76
W 012 Mit Recht	78
W 013 Im Dialog	80
X 001 Gemeinsames Thema	82



Austausch fördern: Kommunale Gesprächsrunde für Multilokale

Kurze Beschreibung:

Für multilokal lebende Personen werden „Gesprächsrunden“ auf kommunaler und überkommunaler Ebene angeboten (zwei Termine im Jahr). Zielgruppe sind dabei sowohl bereits in der Kommune lebende Multilokale (Incomings und Outgoings) als auch neu zugezogene Multilokale. Neben einem allgemeinen Austausch ist es Ziel der Gespräche, Multilokale für bürgerschaftliches Engagement oder Engagement in Vereinen als Teilnehmende zu gewinnen. Dabei wird vonseiten der Anbieterinnen und Anbieter aktiv auf Multilokale zugegangen. Die Vereine mit unterschiedlichen Angeboten werden einbezogen. Bei den Gesprächsrunden können sich Multilokale kennenlernen, austauschen und vernetzen.

Mögliche Wege der Umsetzung:

Im Vorfeld:

- Vereine/Initiativen entwickeln Angebote, die für multilokale Incomings interessant sein können (unter Beachtung der zeitlichen Ressourcen der multilokalen Incomings und auch der multilokalen Outgoings) (vgl. Projektidee BE 003)
- Klärung, ob Durchführung durch eine Kommune oder ggf. zusammen mit Nachbarkommune(n) möglich

Umsetzung:

- Bewerbung der „Gesprächsrunde“ in der Öffentlichkeit, Niedrigschwelligkeit absichern, zeitliche und räumliche Möglichkeiten von Multilokalen berücksichtigen, damit die Gespräche auch wahrgenommen werden
- Durchführung der „Begrüßungsgespräche“ in Zusammenarbeit mit ehrenamtlichen oder politischen Gruppen und Sportvereinen etc., Format: „Markt der Möglichkeiten“, Einbindung der Ehrenamtslotsinnen und -lotsen (vgl. Projektidee BE 006), sofern vorhanden

Im Anschluss:

- Ggf. Anpassung von Angeboten der Vereine, je nach Ergebnis der Gespräche mit Multilokalen (vgl. Projektidee BE 003)

Strategie:

Attraktive Lebensbedingungen für Multilokale schaffen

Räumliche Ebene:

Kommunal & Überkommunal

Art:

Organisatorisch, Beratend/Vermittelnd & vernetzend

Zielgruppe:

Incomings & Outgoings

Projekträgerinnen und Projektträger:

Kommunen

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Verbände/Vereine, Lokale Bevölkerung, Initiativen

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Vereine und Initiativen können neue Aktive gewinnen (Incomings) bzw. Aktive halten (Outgoings). Bürgerschaftliches Engagement und Vernetzung untereinander können dazu beitragen, Incomings stärker an die Kommune zu binden.

Good Practice:

Projekt „Dorfgespräch“ - dialogPROZESS Wipplingen
http://www.wipplingen.org/_news/2018/06/gemeinde/dP_Wipplingen_BV_Protokoll_23052018_inklAnhang.pdf

Runder Tisch Wohnen Darmstadt-Dieburg
http://www.region-darmstadt-dieburg.de/fileadmin/regionalmanagement/user_upload/2Projektentscheidungen_2014-2020/Projektskizze_Runder_Tisch_Wohnen_www_2016_05_12.pdf





Alle sind willkommen:

Neubürgerinnen- und Neubürgerempfang, auch für Multilokale

Kurze Beschreibung:

Der Neubürgerinnen- und Neubürgerempfang kann in unterschiedlichen Formen und Formaten einmal im Jahr stattfinden und richtet sich an neu zugezogene Multilokale (Incomings) ebenso wie an „normale“ neu Zugezogene. Es wird aktiv auf beide Gruppen zugegangen, um von Beginn an das Gefühl zu vermitteln, dass Sie als Neubürgerinnen und Neubürger in der Kommune gleichermaßen willkommen sind. „Klassische“ Fragen von neu Zugezogenen werden beantwortet, es wird über die Kommune und die Region informiert (auch über Angebote von Vereinen und Möglichkeiten des bürgerschaftlichen Engagements) und die Zugezogenen können sich kennen lernen. Dabei werden auch Projektideen dieses Werkzeugkastens vorgestellt, die insbesondere Multilokalen das Ankommen erleichtern.

Mögliche Wege der Umsetzung:

- Öffentliches Bewerben (lokale Presse, Plakate, Ansprache von Unternehmen, in denen Incomings arbeiten usw.).
- Einladung per Post an neu Zugezogene (insbesondere multilokale Incomings)
- Mögliche Elemente der Veranstaltung: Begrüßung durch die Bürgermeisterin oder den Bürgermeister, gemeinsamer Rundgang mit lokalen Expertinnen und Experten, Willkommensdinner
- Mögliche Kopplung mit einem Begrüßungspaket durch die Kommunen, in dem wichtige Informationen zur Region enthalten sind (z. B. Flyer, Broschüren etc.)

Strategie:

Attraktive Lebensbedingungen für Multilokale schaffen

Räumliche Ebene:

Kommunal

Art:

Organisatorisch, Beratend/Vermittelnd & vernetzend

Zielgruppe:

Incomings

Projektträgerinnen und Projektträger:

Kommunen

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Wohnungswirtschaft, Verbände/Vereine,
Lokale Bevölkerung

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Durch die Begrüßung gewinnen die Bürgerinnen und Bürger schnell einen Einblick und können Kontaktpersonen kennenlernen. Ein freundliches Willkommen um sich „zu Hause zu fühlen“, ist dabei auch eine gute Grundlage, sich für bürgerschaftliches Engagement in der Kommune zu interessieren.

Good Practice:

Neubürgerempfang Wolfratshausen, Oktober 2018
<https://www.wolfratshausen.de/buerger-verwaltung/buergerbuero-online/neubuerger-2018/>

Neubürgerempfang Bayern, August 2018
<https://www.bayern.de/herrmann-be-gruesst-rund-700-neu-eingebuergerte-beim-neubuergerempfang-in-der-muenchner-residenz/>





Vereine bewegen sich:

Anpassung von (Engagement-)möglichkeiten an knappe Zeitressourcen der Multilokalen

Kurze Beschreibung:

Mit Blick auf die eingeschränkten Zeitressourcen und Zeitfenster von Multilokalen (Incomings und Outgoings) sowie Pendlerinnen und Pendlern entwickeln die Kommunen in Zusammenarbeit mit Vereinen, Initiativen sowie weiteren Akteurinnen und Akteuren, wie z. B. Unternehmen, kurzfristige und/oder projektbezogene Engagementmöglichkeiten - auch durch Veränderung bestehender Engagementangebote. Sie überprüfen zudem, inwieweit Sie Angebote machen können (Kurse, Trainingszeiten usw.), die die eingeschränkten Zeitressourcen der Multilokalen und Pendlerinnen und Pendlern berücksichtigen. So wird durch die Schaffung eines passenden Angebots aktiv auf Multilokale zugegangen.

Mögliche Wege der Umsetzung:

- Themenorientierte und projektbezogene Vernetzung von Vereinen, Initiativen, weiterer Akteurinnen und Akteure, koordiniert durch die Kommune
- Entwicklung geeigneter Engagementangebote durch die Vereine, Initiativen und weiteren Anbieterinnen und Anbietern ehrenamtlicher Tätigkeiten (unterschiedlicher inhaltlicher und zeitlicher Umfang)
- Ggf. Anpassung von Angeboten der Vereine (Kurse, Trainings usw.) an die zeitlichen Ressourcen (z. B. „Di-Mi-Do-Sport für Incomings“)
- Diese Angebote klar nach außen kommunizieren, z. B. im Rahmen der kommunalen Gesprächsrunden (vgl. Projektidee BE 001), durch die Engagementlotsinnen und -lotsen (vgl. Projektidee BE 006) oder zur Information bei vorhandenen Kontaktstellen und Treffpunkten (vgl. Projektidee BE 007)
- Testphase: Entwickeln und Bewerben zeitlich begrenzter und flexibler Angebote an Menschen mit knappen Zeitressourcen, Auswerten der Testphase, Bewertung auch durch Multilokale, ggf. Angebot modifizieren und in Jahresprogramm aufnehmen

Strategie:

Attraktive Lebensbedingungen für Multilokale schaffen

Räumliche Ebene:

Kommunal & Überkommunal

Art:

Organisatorisch, Beratend/Vermittelnd

Zielgruppe:

Incomings & Outgoings

Projekträgerinnen und Projektträger:

Kommunen

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Verbände/Vereine, Lokale Bevölkerung, Initiativen

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Multilokale sowie Pendlerinnen und Pendler finden schneller Zugang zum Engagement und können sich aktiv einbringen. Durch die stärkere Orientierung auf zeitgemäße Nachfrage nach bürgerschaftlichem Engagement können Multilokale besser eingebunden und so neue Zielgruppen erschlossen werden. Angebote der Vereine, die die zeitlichen Einschränkungen berücksichtigen, können den Vereinen neue Aktive bringen.

Good Practice:

Serve the City Hannover

<http://www.servethecity-hannover.de/>

Leitprojekt zur Stärkung des dörflichen Engagements
der LEADER Region Eifel

https://www.leader-eifel.de/de/aktuelle_projekte/Leitprojekt-Staerkung-des-doerflichen-Engagements.html





Zweifach Gutes tun: Doppelmitgliedschaften in Feuerwehren

Kurze Beschreibung:

Doppelmitgliedschaften in Feuerwehren sind vor dem Hintergrund des demografischen Wandels und des teilweise hohen Pendleranteils in den Kommunen inzwischen in verschiedenen Bundesländern möglich (u. a. Bayern, Niedersachsen, NRW, Rheinland-Pfalz, Sachsen und Sachsen-Anhalt). Der Schwerpunkt der Tätigkeit soll am Wohnort liegen, am anderen Ort wird die Feuerwehr „unterstützt“. Dadurch wird von Anbieterinnen- und Anbieterseite auf Multilokale zugegangen. Multilokale Mitglieder der Feuerwehren sowie Pendlerinnen und Pendler können sowohl ihr Engagement im Heimatort fortsetzen als es auch an einem zweiten Ort ergänzend ausüben. Zielgruppe sind demnach sowohl Outgoings als auch Incomings.

Mögliche Wege der Umsetzung:

- Doppelmitgliedschaften in freiwilligen Feuerwehren ermöglichen und bewerben
- Aufnahme von „Doppelmitgliedern“ in Feuerwehren

Strategie:

Attraktive Lebensbedingungen für Multilokale schaffen

Räumliche Ebene:

Kommunal

Art:

Organisatorisch & Beratend/Vermittelnd

Zielgruppe:

Incomings & Outgoings

Projekträgerinnen und Projektträger:

Freiwillige Feuerwehr

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

-

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Brandschutz wird besser besetzt und die Multilokalen können sich auch an anderen Orten einbringen.

Good Practice:

Doppelmitgliedschaften, Feuerwehr Niedersachsen
<https://www.feuerwehr.niedersachsen.de/doppelmitgliedschaft-bei-der-feuerwehr/>

Doppelmitgliedschaften, Feuerwehr Thüringen
<https://www.thueringen.de/th3/tmik/aktuell/presse/72901/index.aspx>





Dankbarkeit zeigen:

Tag der Wertschätzung des Engagements

Kurze Beschreibung:

In Anlehnung an das Beispiel „Heartleaders“ findet einmal im Vierteljahr der „Tag der Wertschätzung des Engagements“ in Kommunen und Unternehmen auf Gemeindeebene statt. Es können kleine, gerne emotionale Gesten und Aktionen sowie Mitmachaktionen (z. B. Postkarten, Aufkleber etc.) angeboten werden. Dabei sollen insbesondere auch Multilokale angesprochen werden, damit auch sie für ihr Engagement Zuspruch und Anerkennung bekommen. Sie sollen sich durch eine verbesserte Kommunikation und Vernetzung als integrierter Teil der regionalen Gesellschaft fühlen und damit vielleicht zur Niederlassung geführt werden. Es sollte betont werden, dass Engagement trotz mehrerer Wohnorte möglich ist und gefördert wird.

Mögliche Wege der Umsetzung:

- Festlegen eines „Jour fixe“ und einer speziellen Art und Weise, wie die Äußerung der Wertschätzung erfolgen soll
- Fokussierung darauf, was besonders wichtige Dienste (auch ehrenamtlicher Art) innerhalb einer Gesellschaft sind
- Ggf. Begleitung durch regelmäßige Berichterstattung in den Medien

Strategie:

Multilokale sesshaft machen
& Attraktive Lebensbedingungen für Multilokale schaffen

Art:

Organisatorisch & Vernetzend

Projektträgerinnen und Projektträger:

Kommunen, Unternehmen

Räumliche Ebene:

Kommunal

Zielgruppe:

Incomings & Outgoings

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Unternehmen, Verbände/Vereine

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Ehrenamtlich Tätige erfahren Wahrnehmung und Wertschätzung und ggf. können weitere Menschen für das Ehrenamt gewonnen werden.

Good Practice:

Heartleaders: Tag der Wertschätzung am dritten jeden Monats
<https://am-dritten.de/tag-der-wertschaetzung/>

Ascheberg, September 2017
<https://www.wn.de/Muensterland/Kreis-Coesfeld/Ascheberg/2988846-Tag-des-Ehrenamtes-Eine-Geste-der-Wertschaetzung>





Gut begleitet: Engagementlotsinnen und -lotsen

Kurze Beschreibung:

Engagementlotsinnen und -lotsen bündeln Engagementangebote und vermarkten diese in Unternehmen und Kommunen. Dies kann vom kommunalen bis zum regionalen Maßstab passieren. Sie gehen aktiv in die Unternehmen und Kommunen, um Menschen an ihren Arbeitsplätzen anzusprechen („aufsuchendes“ Werben für freiwillige Tätigkeiten). Sowohl Multilokale wie „Sesshafte“ können dabei dort angesprochen werden, wo sie „sowieso“ sind, also an alltäglichen „Kontaktstellen“ (z. B. Schulen, KiTas, Nahversorger, Fitnessstudios) oder an Treffpunkten (z. B. Sportveranstaltungen, Herbstfeste, Weihnachtsmarkt, Kultur Open Air etc.).

Die Projektidee kann mit dem Schwarzen Brett für Engagementtätigkeiten in der Region (vgl. Projektidee BE 007) gekoppelt werden. Hierbei können auch Informationen und Nachfragen von Multilokalen aufgenommen und weitergeleitet werden.

Mögliche Wege der Umsetzung:

- Klärung, ob die Lotsinnen und Lotsen ehrenamtlich (gegen Aufwandsentschädigung) oder im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeiten als Lotsinnen und Lotsen arbeiten
- Veranstalten eines informellen Trainings für die Engagementlotsinnen und -lotsen,
- Im Anschluss: Einrichtungen eines «Lotsinnen- und Lotsenpools» (inhaltlicher Austausch zwischen den Lotsinnen und Lotsen), damit alle über den Umfang bestehender Angebote informiert sind
- Kontaktstellen und Treffpunkte identifizieren und ansprechen (auch Unternehmen, in denen viele Multilokale arbeiten, Pensionen/ Hotels/ Vermieterinnen und Vermieter oder Lieferdienste)
- Informationen für Multilokale kontaktstellenspezifische aufbereiten und über Schwarze Bretter oder ähnliches verteilen, auch virtuell (vgl. Projektidee BE 007)
- Bei den Treffpunkten (Veranstaltungen) ggf. Informationsstände, Programmbeiträge, Flyer und Informationsmaterial von Vereinen und Initiativen mit einem Fokus auf Angebote und Möglichkeiten für Multilokale (Angebotsentwicklung: vgl. Projektidee BE 003)

Strategie:

Attraktive Lebensbedingungen für Multilokale schaffen

Räumliche Ebene:

Kommunal, Überkommunal und Regional

Instrumentenart:

Organisatorisch & Beratend/Vermittelnd

Zielgruppe:

Incomings & Outgoings

Projektträgerinnen und Projektträger:

Kommunen & Unternehmen

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Unternehmen, Lokale Bevölkerung, Anbieterinnen & Anbieter sowie Veranstalterinnen und Veranstalter

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Durch die gebündelten Informationen an den Kontaktstellen und den Einsatz der Lotsinnen und Lotsen kann das Engagement schneller und einfacher gebündelt und vermittelt werden. Dadurch werden die Bürgerinnen und Bürger aktiv informiert und zum Engagement animiert.

Good Practice:

Qualifizierungsprogramm

Engagements-Lotsen Niedersachsen

https://www.ms.niedersachsen.de/themen/buergerschaftliches_engagement/engagementlotsen/engagement-lotsen-fuer-ehrenamtliche-niedersachsen-elfen-13735.html

Ehrenamtskampagne Engagements-Lotsen Hessen

<https://www.gemeinsam-aktiv.de/engagement-lotsen>





Schnell gefunden:

(Digitales) Schwarzes Brett über Engagementtätigkeiten in der Region

Kurze Beschreibung:

Durch digitale Informationsplattformen soll die Vielfalt der Angebote von Vereinen und bürgerschaftlichem Engagement aufgezeigt werden. Möglich ist das auf lokaler, aber auch regionaler Ebene.

Ziele sind eine bessere Kommunikation und Vernetzung sowie der Informationsaustausch verschiedener Akteurinnen und Akteuren bzw. Besucherinnen und Besuchern. Der Schwerpunkt auf kurzfristigem und phasenweisem Engagement zielt auf Menschen mit geringen zeitlichen Ressourcen wie Multilokale (Incomings und Outgoings) und Pendlerinnen und Pendler ab. Dabei ist eine Verknüpfung mit der kommunalen Vermittlung von freiem Wohnraum möglich, um Informationen gesammelt darzustellen (vgl. Projektidee W005).

Mögliche Wege der Umsetzung:

- Inhaltliche und technische Umsetzung durch die Kommunen oder den Landkreis
- Schwarzes Brett für Erstinformationen, zusätzliche Informationen über die Kontaktdaten direkt bei den Vereinen oder Anbieterinnen und Anbietern
- Aktualisierungsmeldungen durch die Vereine, Einpflegen der Inhalte, Koordinierung, Betreuung und Aktualisierung des Schwarzen Brettes durch Engagementlotsinnen und -lotsen (vgl. Projektidee B 007) oder Teilzeitkraft
- Verlinkung zwischen dem digitalen Schwarzen Brett für Engagement und der Vereinsbörse
- Erfassung von Angeboten und Nachfragen für (kurzfristiges) Engagement, Kontakt zu den Vereinen wird aufgenommen sowie Angebote und Kontaktdaten gesammelt. Aufruf an die Anbieterinnen und Anbieter von bürgerschaftlichem Engagement ihre Angebote auf dem Schwarzen Brett zu melden
- Vermittlung zwischen Privatpersonen und Initiativen
- Analoge Schwarze Bretter: Zentral an einer Stelle oder dezentral an mehreren Stellen, z. B. den „Kontaktstellen“ (vgl. Projektidee BE 006)

Strategie:

Multilokale sesshaft machen
& Attraktive Lebensbedingungen für Multilokale schaffen

Art:

Organisatorisch & Beratend/Vermittelnd

Projektträgerinnen und Projektträger:

Kommunen, Verbände & Vereine

Räumliche Ebene:

Kommunal, Überkommunal & Regional

Zielgruppe:

Incomings & Outgoings

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Unternehmen, Verbände/Vereine, Anbieterinnen & Anbieter, Kontaktstellen & Ehrenamtslotsinnen und -lotsen

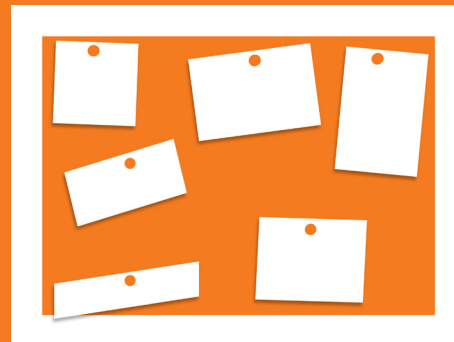
Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Durch den gezielten Einsatz von Informationsplattformen werden die Angebote für freiwilliges Engagement und der Vereine gebündelt und zielgerichtet vermarktet sowie neue Zielgruppen erschlossen, indem der Fokus zusätzlich auf Multilokalen liegt.

Good Practice:

Ehrenamtsbörse Lüdenscheid
<http://www.ehrenamtboerse-luedenscheid.de/index.html>

Ehrenamtsbörse Siegen-Wittgenstein
<http://www.ehrenamt-siwi.de/ehrenamtsboerse>





Gut ausgestattet:

Überprüfung und ggf. Anpassung sozialer Infrastrukturen

Kurze Beschreibung:

Kommunen überprüfen ihr Angebot an sozialer Infrastruktur u. a. vor dem Hintergrund der Anforderungen von Multilokalen (v. a. Outgoings) und passen das Angebot ggf. an um diese zu unterstützen (z. B. Kinder- oder Seniorenbetreuung). Eine Berücksichtigung der Bedürfnisse Multilokaler kann diese bzw. Haushalte, in denen ein Mitglied multilokal lebt (Outgoing), unterstützen.

Im Zuge des Fachkräftemangels sind Unternehmen ggf. für Kooperationen mit Kommunen im Bereich der sozialen Infrastruktur ansprechbar, mit den Zielrichtungen, Incomings einen „Familiennachzug“ attraktiver zu machen und damit die Fachkräfte stabiler an das Unternehmen zu binden bzw. Haushalte mit einem multilokalen Mitglied (Outgoing) zu halten.

Mögliche Wege der Umsetzung:

- Bedarfserhebung bei Multilokalen und ihren Haushalten (durch die Kommunen)
- Abgleich mit dem vorhandenen Angebot sowie Identifikation von ggf. bestehenden Angebotslücken (inhaltlich und/oder zeitlich)
- Ansprache von Unternehmen mit der Zielrichtung einer Kooperation oder Beteiligung
- Angebotserweiterung oder Anpassung

Strategie:

Multilokale sesshaft machen
& Attraktive Lebensbedingungen für Multilokale schaffen

Art:

Analytisch, Organisatorisch, Beratend/Vermittelnd & Vernetzend

Projektträgerinnen und Projektträger:

Kommunen

Räumliche Ebene:

Kommunal

Zielgruppe:

Incomings & Outgoings

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Kommunen, Unternehmen & Verbände/Vereine

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Durch die Bereitstellung der sozialen Infrastrukturen gewinnt die Region an Attraktivität. Outgoings können mit einem attraktiven sozialen Versorgungsangebot (Betreuung von Kindern oder Seniorinnen und Senioren etc.) am Hauptwohnsitz gehalten werden. Für Incomings kann der (temporäre) Zugang der Familie attraktiver werden.

Good Practice:

Zukunftskongress Soziale Infrastrukturen
<https://www.demografie-portal.de/SharedDocs/Termine/DE/2018/180606-Zukunftskongress-Soziale-Infrastrukturen.html>

Schaffung, Vernetzung und Förderung sozialer Infrastrukturen in der Städtebauförderung
https://www.staedtebaufoerderung.info/StBauF/DE/Programm/SozialeStadt/Programm/Handlungsfelder/Inhaltlich/inhaltlich_inhalt.html





In den Alltag integriert: Attraktive Freizeitangebote für Multilokale

Kurze Beschreibung:

In den Kommunen können in Kooperation mit Unternehmen und Vereinen sowie Institutionen (neue) Freizeitangebote geschaffen werden. Diese können auf Multilokale zugeschnitten werden. Hierbei geht es sowohl um die Inhalte der Angebote als auch um die Zeitfenster, die für Multilokale machbar und interessant sind. Möglich sind z. B. projektbezogene und phasenweise Freizeitangebote, die Multilokale gut in ihren Alltag integrieren können. Auch eine Verknüpfung mit der beruflichen Tätigkeit wäre denkbar. Durch die Unterstützung der Arbeitskräfte soll es für Multilokale attraktiv werden, in der Kommune sesshaft zu werden. Eine Verknüpfung mit der Projektidee „Kooperationen von Unternehmen mit lokalen Sportvereinen“ (Projektidee U 005) ist sinnvoll.

Mögliche Wege der Umsetzung:

- Erfassung der Nachfrage nach Freizeitangeboten der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer durch die Unternehmen in Kooperation mit der Kommune und den Freizeitanbieterinnen und -anbietern
- Abgleichen mit bereits existierenden lokalen Angeboten
- Herausstellen der Angebote, die stark nachgefragt und selten oder gar nicht angeboten werden. Schaffung neuer Freizeitangebote, die auf die zeitliche Verfügbarkeit der Multilokalen eingehen bzw. ggf. vorhandene Angebote inhaltlich und zeitlich anpassen.

Strategie:

Multilokale sesshaft machen
& Attraktive Lebensbedingungen für Multilokale schaffen

Art:

Analytisch, Organisatorisch & Beratend/Vermittelnd

Projektträgerinnen und Projektträger:

Kommunen

Räumliche Ebene:

Kommunal

Zielgruppe:

Incomings & Outgoings

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Unternehmen, Verbände/Vereine & Freizeitangebote-
rinnen und Freizeitanbieter

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Durch (zusätzliche) Freizeitangebote gewinnt die Region zum einen an Attraktivität für multilokale Incomings. Zum anderen können gute Freizeitangebote einen Beitrag zur Bindung multilokaler Outgoings leisten. Personelle Engpässe der Initiativen können so schneller überbrückt werden und Multilokale sich trotz begrenztem Zeiteinsatz engagieren. Wenn die Kommunen die Trägerschaft übernehmen, kann dies das Image einer bürgerorientierten Kommune stärken.

Good Practice:

Förderung von Freizeitangeboten durch Kommunen
<https://kommunal.de/kommunen-koennen-freizeitangebote-foerdern/>

Niedrigschwellige Freizeitangebote in Stadtallendorf
<http://www.juz-stadtallendorf.de/streetworker/niedrigschwellige-freizeitangebote/>





Flexibel unterwegs: Mobilitätsstationen

Kurze Beschreibung:

Eine Mobilitätsstation bündelt verschiedene Verkehrsangebote (Fahrradstellplätze, E-Mobilitätsladestation, Carsharing-Plätze, ÖPNV-Haltestellen etc.), um durch Verknüpfung und Vernetzung attraktive Alternativen zum eigenen Pkw bieten zu können. Aus diesem Grund werden sie zumeist in Wohnquartieren angeboten. Zielgruppen sind v. a. Menschen ohne eigenen Pkw. Für multilokale Incomings können Mobilitätsstationen interessant für ihre Mobilität vor Ort sein. Gute Mobilitätsangebote vor Ort bedeuten dann ggf. auch, nicht mit dem eignen Pkw anreisen zu müssen (Komfortgewinn und Einsparungen). Durch die Berücksichtigung der Belange von multilokalen Arbeitskräften werden Mobilitätsstationen auch für Unternehmen interessant, die deshalb ggf. für eine organisatorische oder sogar finanzielle Beteiligung gewonnen werden können. Haushalte, in denen ein Outgoing den Pkw „mitnimmt“ können durch die Angebote von Mobilitätsstationen ggf. auf die Anschaffung eines zweiten Pkws im Haushalt verzichten.

Mögliche Wege der Umsetzung:

- Prüfen des Bedarfs an Mobilitätsstationen
- Kommunenübergreifender politischer Entschluss zu Errichtung der Mobilitätsstationen
- Klärung der Trägerschaft (ggf. bestehende Organisationen wie cambio oder book-n-drive etc.)
- Prüfung und Ausweisung der geeigneten Standorte für Mobilitätsstationen
- Errichtung der Mobilitätsstationen mit kooperierenden Unternehmen (Bsp.: cambio, TeilAuto, ADFC etc.)
- Bereitstellung und Ausbau von Infrastrukturen, die über die Mobilitätsstationen hinausgehen, aber mit ihnen im Zusammenhang stehen (Bsp.: ÖPNV-Anschluss, E-Mobilität-Ladestationen)

Strategie:

Multilokale sesshaft machen
& Attraktive Lebensbedingungen für Multilokale schaffen

Art:

Baulich-Räumlich & Organisatorisch

Räumliche Ebene:

Überkommunal & Regional

Zielgruppe:

Incomings & Outgoings

Projektträgerinnen und Projektträger:

Kommunen & Trägerorganisationen

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Unternehmen & Verbände/Vereine

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Durch das Angebot gewinnen Region und Unternehmen an Attraktivität. Multilokale können ihren hohen Mobilitätsaufwand ökonomischer und ökologischer gestalten. Die Verfügbarkeit eines eigenen Pkws wird weniger zwingend. Auch für Unternehmen entstehen positive Effekte, so besteht die Möglichkeit, dass weniger Dienstwagen benötigt werden.

Good Practice:

Mobilitätsstation im Landkreis Diepholz
Mobilitätsstationen sind auch im Landkreis Diepholz einsetzbar. Einen Entwurf nach Vandrey 2018 ist unter www.tempaland.de verfügbar

Mobilpunkte in der Stadt Nürnberg
<https://www.nuernberg.de/internet/mobilpunkt/ziele.html>





Hier wirst du nicht allein gelassen:

Unternehmen unterstützen multilokale Arbeitskräfte: Thema Wohnen

Kurze Beschreibung:

Unternehmen unterstützen ihre multilokalen Arbeitskräfte (Incomings) im Bereich Wohnen. Sie können dabei entweder selber Wohnraum zur Verfügung stellen, bei der Wohnungssuche unterstützen oder auch finanzielle Unterstützung leisten. Dies bietet viele Chancen für die Kommune, wie z. B. die Nach- oder Umnutzung von Gebäuden oder die Bewahrung von Ortskernen. In allen Fällen steht die Berücksichtigung der spezifischen Bedarfe der Multilokalen im Vordergrund (kleiner Wohnraum, ggf. temporär, ggf. möbliert usw.). Eine Zusammenarbeit der Unternehmen mit den Kommunen oder mit kommunaler Vermittlung von freiem Wohnraum (vgl. Projektidee W 005) bietet sich an.

Mögliche Wege der Umsetzung:

- Bedarfsermittlung im eigenen Unternehmen, ggf. in Kooperation mit anderen Unternehmen und/oder der Kommune (vgl. Projektidee W 002)
- Zusammenarbeit mit der kommunalen Vermittlung von freiem Wohnraum (Projektidee W 005) - hier kann einerseits Wohnraum für multilokale Arbeitskräfte gesucht werden. Andererseits kann ggf. von größeren Unternehmen selbst vorgehaltener Wohnraum, der phasenweise nicht von eigenen Arbeitskräften genutzt wird, anderen (Multilokalen) angeboten werden

Strategie:

Attraktive Lebensbedingungen für Multilokale schaffen

Räumliche Ebene:

Lokaler Standort

Art:

Baulich-Räumlich, Organisatorisch & Beratend/Vermittelnd

Zielgruppe:

Incomings

Projektträgerinnen und Projektträger:

Unternehmen

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Kommunen, Wohnungswirtschaft, Unternehmen & Vermietende

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Wohnraum wird schneller gefunden und besser ausgenutzt. Multilokale Arbeitskräfte können unterstützt und damit für die Unternehmen und die Region gewonnen werden.

Good Practice:

Beispiele zu Mitarbeiterwohnungen

<https://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/immobilien/mitarbeiterwohnungen-wie-unternehmen-neue-mitarbeiter-mit-wohnungsangeboten-umwerben/20716468.html>

Personalwohnungen der städtischen Betriebe Haidhausen

<https://www.abendzeitung-muenchen.de/inhalt.werkswohnungen-wohnungen-fuer-swm-mitarbeiter.f447ed4d-a903-48a1-a784-fc85a750f4ad.html>





Gut unterwegs:

Unternehmen unterstützen multilokale Arbeitskräfte: Thema Mobilität

Kurze Beschreibung:

Unternehmen bieten auf Grundlage einer entsprechenden Bedarfs- und Wirtschaftlichkeitsanalyse E-Rad- oder E-Pkw-Vermietung für ihre Beschäftigten und die Bevölkerung an (vgl. Projektidee TSI003). Unternehmen können außerdem Fahrgemeinschaften koordinieren und durch Anreizsysteme unterstützen, u. a. für Incomings. Auch die Werbung für und ggf. Kostenübernahme für BahnCards oder Monatskarten für die Bahn gehören in dieses Themenfeld. Insgesamt kann ein Unternehmen im Rahmen eines Mobilitätsmanagements Infrastruktur- und Mobilitätsangebote koordinieren und bündeln. Dies führt zu effizientem Einsatz und guter Auslastung der verschiedenen Angebote. Mobile Beschäftigte, insbesondere multilokale Incomings, finden schneller Zugang zu den Angeboten. Auch die Kooperation mehrerer Unternehmen im Bereich des Mobilitätsmanagements ist möglich.

Mögliche Wege der Umsetzung:

- Untersuchung der Mobilitätsgewohnheiten der angestellten Multilokalen durch die Unternehmen, bei denen sie beschäftigt sind: z. B. Befragung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Prüfung der Wirtschaftlichkeit von (E-)Rad- und (E-)PkwW-Vermietung, Gegenüberstellen mit anderen Mobilitätsangeboten wie dem Angebot der Mobilitätsstationen (Projektidee TSI 003), Kooperation mit Kommunen
- Im Falle einer guten wirtschaftlichen Entwicklungsprognose: Anschaffen von E-Fahrrädern bzw. E-Pkws zur Vermietung, ggf. in Kooperation mehrerer Unternehmen
- Dienstleistungen anbieten im Bereich Koordinierung von Fahrgemeinschaften von Incomings (und Pendlerinnen und Pendlern). Modelle organisatorisch (z. B. Parkplätze usw.) und ggf. finanziell unterstützen

Strategie:

Attraktive Lebensbedingungen für Multilokale schaffen

Räumliche Ebene:

Lokaler Standort

Art:

Analytisch & Organisatorisch

Zielgruppe:

Incomings

Projektträgerinnen und Projektträger:

Unternehmen

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Kommunen & Unternehmen

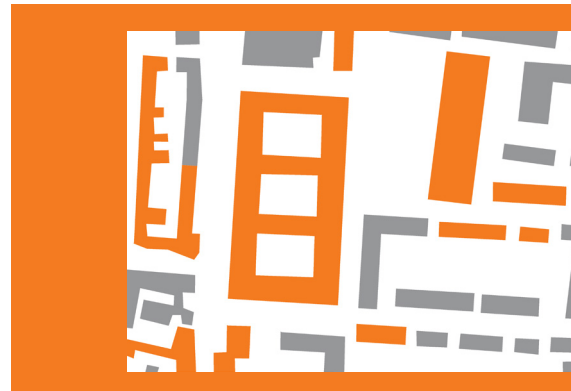
Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Durch das Angebot gewinnen Region und Unternehmen an Attraktivität. Es kann ein Betrag geleistet werden zur Reduzierung des Kfz-Verkehrs (bei Nutzung von E-Bikes) bzw. zumindest zur Verringerung der Anzahl der Pkw in der Region.

Good Practice:

Josera GmbH & Co. KG, Würzburg/Main-Franken 2016
www.mobilprofit.de/global/images/cms/MPF-Steckbrief-Josera.pdf

Baugenossenschaft Hamburger Wohnen eG, Hansestadt Hamburg 2015/2016
www.mobilprofit.de/global/images/cms/MPF_Steckbrief_Hamburger%20Wohnen.pdf





Kreativ arbeiten:

Coworking-Space für Start ups, Kreative und Multilokale

Kurze Beschreibung:

Das Modell des Coworking-Spaces ist in Städten, v. a. ausgerichtet auf Junge, Kreative, ein inzwischen gängiges Modell. Auch in ländlichen Räumen gibt es zunehmend Beispiele für dieses Angebot an gemeinsam, zeitweise und flexibel nutzbaren Arbeitsplätzen für Menschen aus ganz unterschiedlichen Branchen. Diese Modelle können auf Multilokale ausgeweitet werden. Outgoings können dabei - im Einverständnis mit ihrem Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber - den Anteil ihrer „Heimarbeitszeit“ ausweiten. Durch Nutzung des Coworking-Space können sie dann die Vorteile des „am Ort Bleibens“ mit dem Arbeiten von zu Hause aus verbinden. Darüber hinaus können Unternehmen, z. B. für multilokale Incomings „auf Zeit“, das Arbeitsplatzangebot eines Coworking-Spaces nutzen. Voraussetzung für Coworking-Space ist in nahezu jedem Fall eine gute Internetanbindung - eine Anforderung, die insbesondere in ländlichen Räumen gezielt geklärt werden muss.

Mögliche Wege der Umsetzung:

- Bedarfsanalyse vor Ort
- Klärung der Trägerschaft (privatwirtschaftlich oder kommunal)
- Klärung von Kosten und Finanzierung (ggf. Förderung)
- Betriebsmodell, Angebotsstruktur entwickeln
- Standort und Immobilie klären und finden (Umbau oder Neubau)

Strategie:

Attraktive Lebensbedingungen für Multilokale schaffen

Räumliche Ebene:

Lokaler Standort

Art:

Baulich-räumlich, Organisatorisch & Beratend/Vermittelnd

Zielgruppe:

Incomings & Outgoings

Projektträgerinnen und Projektträger:

Kommune, Investorinnen und Investoren

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Unternehmen

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Stärkere Bindung von Outgoings an den „Heimatort“. Über Multilokalität hinaus: Positiver Imagebaustein für die Kommune (Image-Stichpunkte u. a.: modern, frisch, innovativ, kreativ).

Good Practice:

Coworking-Space im Fichtelgebirge

<https://www.infoportal-land.de/projekte/coworking-space-im-fichtelgebirge>

LEADER-Projekt zum Aufbau eines Netzes von Coworking-Spaces in der Region Eisenstraße Niederösterreich
<https://coworking.eisenstrasse.info/>





Flexibel arbeiten:

Schaffung flexibler Arbeitsplatz- und Arbeitszeit-Angebote

Kurze Beschreibung:

Unternehmen bieten neben den klassischen, überwiegend hierarchisch aufgebauten Arbeitsplätzen und Karrierewegen auch andere flexiblere Modelle zur Unterstützung multilokaler Arbeitskräfte an. Bspw. können Quereinstiege, flexible Teilzeitregelungen oder Heimarbeitszeiten angeboten werden. Diese können im Besonderen für multilokale Arbeitskräfte interessant sein. In dem Zusammenhang können auch Coworking-Spaces eine Rolle spielen (vgl. Projektidee U 003).

Mögliche Wege der Umsetzung:

- Erfassung der durch die Arbeitskräfte favorisierten Arbeitsmodelle, Abgleich mit betrieblichen Notwendigkeiten und Möglichkeiten unter Berücksichtigung innovativer Ansätze.
- Umsetzung von Modellen (Umbau von Arbeitsplätzen, Einrichten „mobiler“ Arbeitsplätze, Zeitflexibilität etc.)
- Evaluierung, ggf. Anpassungen zur Steigerung der Zufriedenheit
- Je nach Unternehmen können die Modelle und die Wege in die Umsetzung unterschiedlich sein

Strategie:

Attraktive Lebensbedingungen für Multilokale schaffen

Räumliche Ebene:

Lokaler Standort

Art:

Konzeptionell & Organisatorisch

Zielgruppe:

Incomings

Projektträgerinnen und Projektträger:

Unternehmen

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Unternehmen

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Stärkere Bindung von Outgoings an den „Heimatort“. Über Multilokalität hinaus: Positiver Imagebaustein für die Kommune (Image-Stichpunkte u. a.: modern, frisch, innovativ, kreativ).

Good Practice:

Beispiele alternativer Arbeitszeitmodelle

<https://ze.tt/arbeiten-wann-man-will-oder-nur-fuenf-stunden-pro-tag-diese-firmen-testen-alternative-arbeitsmodelle/>

Agentur Digital Enabler

<https://digitalenabler.de/jobs/>





Gemeinsam aktiv:

Kooperationen von Unternehmen mit lokalen Sportvereinen

Kurze Beschreibung:

Unternehmen bauen Kooperationen mit Vereinen auf und schaffen gemeinsam neue, erweiterte Sportangebote, die die Interessen und zeitlichen Möglichkeiten von multilokalen Arbeitskräften berücksichtigen. Im Interesse der Unternehmen liegt dabei die Gesundheitsförderung ebenso wie eine höhere Zufriedenheit multilokaler Arbeitskräfte. Vereine können dadurch neue (multilokale) Mitglieder gewinnen, die sonst auf vereinsungebundene Angebote (Sport- und Fitnessstudios) ausweichen würden. Eine Verknüpfung mit der Projektidee „In den Alltag integriert: Attraktive Freizeitangebote für Multilokale“ (Projektidee TSI 002) ist sinnvoll.

Mögliche Wege der Umsetzung:

- Erfassung der Nachfrage nach Sportangeboten der Arbeitskräfte durch die Unternehmen
- Abgleich mit dem bereits existierendem Angebot innerhalb des Unternehmens und in den lokal ansässigen Vereinen
- Herausstellen der Angebote, die stark nachgefragt und selten angeboten werden. Neues Sportangebot mit Vereinen schaffen (Bsp.: Sport in der Mittagspause), Prüfung der Förderfähigkeit der Angebote, bspw. über die Krankenkasse
- Klärung der Mitwirkungsbereitschaft und -möglichkeiten der Vereine, auch bei ggf. vereinsungebundenen Angeboten
- Neben der Art des Angebotes auch den Ort des Angebotes bedenken (Stichwort: Kurze Wege, insbesondere auch für multilokale Arbeitskräfte)
- Kommunen können durch Impulsgebung, Vermittlung, Vernetzung unterstützen

Strategie:

Attraktive Lebensbedingungen für Multilokale schaffen

Räumliche Ebene:

Lokaler Standort & Kommunal

Art:

Analytisch & Organisatorisch

Zielgruppe:

Incomings

Projektträgerinnen und Projektträger:

Unternehmen & Verbände/Vereine

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Kommune, Unternehmen, Verbände/Vereine
& Lokale Bevölkerung

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Durch die Kooperationen können Angebote ausgeweitet sowie „zeitgemäß“ und nachfrageorientiert werden. Dadurch steigt der Freizeitwert der Kommune und der Region.

Good Practice:

Initiative Wirtschaft braucht Sport,
Sport braucht Wirtschaft

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&es-rc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahU-KEWjtov64m5zeAhVQY1AKHYgUCfEQFjAAeg-QICRAC&url=https%3A%2F%2Fwww.ksb-rhein-sieg.de%2Ffileadmin%2Fco_system%2Frhein-sieg%2Fmedia%2FDownloads%2FPartner%2FKooperation-Wirtschaft-Sport.pdf&usg=AOvVaw1H27iXlrpX2zb1OrkfvrFN





Gemeinsam ankommen:

Vermittlung von Arbeitsplätzen für Partnerinnen und Partner

Kurze Beschreibung:

Unternehmen vermitteln in Kooperation mit Kommunen Arbeitsplätze für die Partnerin oder den Partner der Multilokalen. Dadurch erhöht sich die Chance, den gesamten Haushalt sesshaft zu machen. Zielgruppe sind multilokale Incomings, die sesshaft werden und ihre Partnerin oder ihren Partner bzw. ihre Familie „nachholen“ wollen. Die Projektidee kann dadurch auch einen Beitrag zur Gewinnung von Fachkräften leisten.

Mögliche Wege der Umsetzung:

- Ansprache multilokaler Incomings durch die Unternehmen, „bewerben“ der Unterstützung bei der Arbeitssuche von Partnerinnen und Partnern durch Unternehmen in Kooperation mit Kommunen
- Einrichten einer Anlaufstelle für arbeitssuchende Partnerinnen und Partner bei der Kommune
- Vernetzung der Unternehmen untereinander und mit den Kommunen, um Informationen über „passende“, freie Stellen zügig verfügbar zu haben

Strategie:

Multilokale sesshaft machen

Art:

Beratend/Vermittelnd & Vernetzend

Projektträgerinnen und Projektträger:

Kommunen & Unternehmen

Räumliche Ebene:

Lokaler Standort, Kommunal & Überkommunal

Zielgruppe:

Incomings

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Kommune & Unternehmen

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Durch die Vermittlung der Arbeitsplätze gewinnt die Region an Attraktivität, v. a. für Incomings mit Partnerin oder Partner sowie der Familie.

Good Practice:

Gründerland Vulkaneifel, Beratungsstelle zu Existenzgründungen insbesondere in ländlichen Räumen
<https://www.gruenderland-vulkaneifel.de/index.php>

Jobportal, Vermittlung und Netzwerk: mv4you, Mecklenburg - Vorpommern
<https://www.mv4you.de/index.php/ueberuns>





Willkommen zurück: Rückkehrenden-Werbung und -beratung

Kurze Beschreibung:

Unternehmen führen in Kooperation mit Kommunen, Vereinen oder Institutionen eine „Rückkehrenden-Werbung“, die ein sesshaft Werden multilokaler zum Ziel hat, ein Zielgruppe sind Menschen aus einem Landkreis, die insbesondere in Ausbildungs- oder Studienzeiten entweder als multilokale Outgoings nur temporär im Landkreis lebten oder in der Zeit ganz aus dem Landkreis weggezogen sind. Das Interesse der Unternehmen ist die Gewinnung von Fachkräften. Hintergrund ist die Überlegung, dass jemand, der vor Ort schon einmal beheimatet war, leichter wieder zu gewinnen ist, als Menschen, die keine Wurzeln in der Region haben. Die Werbung kann über verschiedene Medien (z. B. Newsletter) und auf verschiedenen Wegen (z. B. Plakatwerbung) erfolgen. Die Weggezogenen können durch gezielte Informationen (z. B. Arbeitsplatzangebote) ggf. „zurückgeholt“ werden. Hierbei kann auch die Alumni-Karte (vgl. Projektidee U013) eingesetzt werden.

Mögliche Wege der Umsetzung:

- Erstellung eines Rückkehrenden-Werbekonzeptes (Festlegung der Art und Weise, Werbeorte und Inhalte der Werbung)
- Verbreitung der Werbung zu bestimmten Zeiten an spezifischen von Multilokalen aufgesuchten Orten (Bsp.: zur Weihnachtszeit an Bahnhöfen nahegelegener größerer Städte)
- Angebot eines Beratungsservice für zur Rückkehr bereit Menschen (u. a. Arbeitsplatzangebote, Wohnungsangebote usw.), in Kooperation mit der kommunalen Vermittlung von freiem Wohnraum (Projektidee W 005) oder der Unterstützung von Unternehmen für Wohnungssuchende (Projektidee U 001)

Strategie:

Multilokale sesshaft machen

Räumliche Ebene:

Lokaler Standort & Kommunal

Art:

Konzeptionell, Organisatorisch & Beratend/Vermittelnd

Zielgruppe:

Incomings

Projektträgerinnen und Projektträger:

Kommunen & Unternehmen

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Kommune, Unternehmen & Institutionen

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Durch den Zuzug von Rückkehrenden kann die Kommune durch neue Einwohnerinnen und Einwohnern sowohl auf der sozialen Ebene (Nachbarschaften) als auch auf der finanziellen Ebene (Steuereinnahmen) profitieren.

Good Practice:

Rückkehrenden-Börse Zittau

<https://www.lausitz-branchen.de/branchenbuch/2017/12/12/rueckkehrerboerse-in-zittau/>

Willkommensagentur „Comeback Elbe-Elster“

<https://www.comeback-ee.de/>





Ärztlich willkommen:

Initiative zur Gewinnung von Ärztinnen und Ärzten auf multilokale Fachkräfte ausweiten

Kurze Beschreibung:

Um Ärztinnen und Ärzte für „Landarztpraxen“ gewinnen zu können, werden den Zuziehenden Unterstützungen angeboten, z. B. bei der Wohnungssuche, bei Praxisräumen, bei der Suche nach einem Arbeitsplatz für die Partnerin oder den Partner usw.. Solche Angebote gibt es in vielen Regionen (siehe Good Practice). Sie können auf Multilokale (Incomings) ausgeweitet werden, entweder direkt oder durch Nutzung der gesammelten Erfahrungen für die Gewinnung von Fachkräften in anderen Branchen.

Mögliche Wege der Umsetzung:

- Nutzung bestehender Strukturen (Ärztlich willkommen), in Niedersachsen u. a. Arbeitsgruppe rund um das Regionalmanagement Mitte Niedersachsen und der kassenärztlichen Vereinigung Niedersachsen, Beratungsangebote durch Orts- und Regionallotsinnen und -lotsen, Zusammenarbeit mit Hochschulen
- Inhaltliche (und ggf. personelle) Erweiterung, um die Angebote auf Multilokale Incomings und Fachkräfte auszuweiten
- Vor diesem Hintergrund: Einbindung von Unternehmen in der Region

Strategie:

Multilokale sesshaft machen

Räumliche Ebene:

Kommunal

Art:

Beratend/Vermittelnd

Zielgruppe:

Incomings

Projektträgerinnen und Projektträger:

Kommunen & Unternehmen

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Wohnungswirtschaft, Regionalmanagement Mitte Niedersachsen, Kassenärztliche Vereinigung Niedersachsen, Universitäten

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Durch die attraktiven Angebote für Zuziehende gewinnt die Region Einwohnerinnen und Einwohner und dringend benötigte Fachkräfte.

Good Practice:

Initiative „Ärztlich Willkommen“ - Landkreis Diepholz
<https://www.diepholz.de/portal/seiten/-aerztlich-willkommen--900000188-21750.html>

Initiative „Ärztlich Willkommen“ - Syke
<https://www.syke.de/portal/seiten/aerztlich-willkommen--900000084-21800.html>

Initiative „Ärztlich willkommen!“ - Mitte Niedersachsen
<https://www.aerztlich-willkommen.de/>





Bleiben lohnt sich:

Kooperation zwischen Universitäten oder Hochschulen und Unternehmen ausbauen

Kurze Beschreibung:

Zwischen Universitäten oder Hochschulen und den ortsansässigen Unternehmen können Kooperationen ausgebaut werden, damit Fachkräfte nach Beendigung ihres Studiums nicht aus der Region abwandern. Im Schwerpunkt geht es dabei um Kooperationen im beruflich und fachlichen Bereich, u. a. Schnuppertage, Praxiseinblicke, Projektbearbeitung innerhalb des Studiums in Zusammenarbeit mit Unternehmen, Praktikumsangebote, (Mit-)Betreuung von Abschlussarbeiten durch Unternehmen, für Unternehmen interessante Themen als studentische Arbeiten etc.. Siehe zu Kooperation im Freizeitbereich auch Projektidee U 005 - Kooperation mit Sportvereinen.

Mögliche Wege der Umsetzung:

- Impuls kann ausgehen von der Universität oder Hochschule, von Unternehmen in der Region oder von Kommunen
- Analyse: Abgleich Studien- oder Ausbildungsrichtungen - Fachkräftebedarf in der Region, Identifizierung von Überschneidungen
- Anbahnung konkreter Kooperation je nach Impulsgeberin oder Impulsgeber
- Ausgestaltung der Kooperation durch die Beteiligten - kann unterschiedlich sein

Strategie:

Multilokale sesshaft machen

Räumliche Ebene:

Regional

Art:

Organisatorisch

Zielgruppe:

Outgoings

Projektträgerinnen und Projektträger:

Unternehmen & Universitäten/Hochschulen

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Kommunen

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Durch die Kooperationen werden Studierende angezogen bzw. „vom Bleiben überzeugt“ und die Region gewinnt an Attraktivität und Zuzug. Die Unternehmen gewinnen Fachkräfte, ggf. ein Argument für das Unternehmen, in der Region zu bleiben.

Good Practice:

Rolls-Royce University Technology Centre, Technische Universität Dresden
<https://tu-dresden.de/ing/maschinenwesen/ilk/utc>

Forschungskooperationen der Leibniz Universität Hannover
<https://tu-dresden.de/ing/maschinenwesen/ilk/utc>

tecup - Gründung und Transfer, Universität Paderborn
<https://TECUP.DE/>





Gut vermarktet:

Entwicklung eines regionalen Marketings in Kooperation von Unternehmen und Kommunen

Kurze Beschreibung:

Vor dem Hintergrund des zunehmenden Fachkräftemangels bringen sich Unternehmen aktiv in die Entwicklung und Ausführung regionaler Marketing- und Imagekampagnen für die Region ein. Die Stärken und Potenziale der Kommunen und der Unternehmen sind dabei die Grundlage für den Aufbau eines positiven Images, das aus dem Miteinander, den Wechselwirkungen und Ergänzungen mehr macht, als eine Summe der einzelnen Stärken und Potenziale.

Mögliche Wege der Umsetzung:

- Stellen vernetzen, die bereits in den Unternehmen, den Kommunen und der Region marketingwirksam arbeiten
- „Marketinglücken“ herausarbeiten, Ableiten der Ansatzpunkte für ein erfolgreiches Marketingkonzept
- Erarbeitung eines gemeinsamen Marketingkonzeptes für die Region, die Kommunen und die Unternehmen

Strategie:

Multilokale sesshaft machen

Räumliche Ebene:

Regional

Art:

Konzeptionell

Zielgruppe:

Incomings

Projekträgerinnen und Projektträger:

Kommunen

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

-

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Durch ein gemeinsames Marketing gewinnt die Region an Aufmerksamkeit und Attraktivität. Potenziale, die für Zuziehende interessant sind, können herausgearbeitet werden.

Good Practice:

Regionalmanagement Region Coburg
<https://www.regionalmanagement-coburg.de/>

Erzgebirge. Gedacht - gemacht, Regionalmanagement
<https://www.erzgebirge-gedachtgemacht.de/ueber-uns/>

Region Heilbronn-Franken
- Die Region der Weltmarktführer
<https://www.ggs.de/landingpages/heilbronn-franken/region-der-weltmarktfuehrer/>





Wir haben einiges zu bieten:

Innovationsbüro „Fachkräfte“ für die Region und den Landkreis

Kurze Beschreibung:

Aufgabe des Innovationsbüros ist es, gemeinsam mit regionalen Akteurinnen und Akteuren zu entwickeln, welche Strategien der Fachkräftesicherung für die Region und den Landkreis erfolgversprechend sind und wie sie wirkungsvoll umgesetzt werden können. Die Strategie zielt auf den Zuzug von Fachkräften und Multilokalen. Auch in die Region Zurückkehrende können dabei Zielgruppe sein (vgl. Projektidee U007). Eine Offenheit gegenüber den Belangen von Multilokalen kann hierbei die Erfolgsaussichten der Strategie erhöhen. Demnach spielen auch alle Fragen eine Rolle, die sich damit auseinandersetzen, wie die Region und der Arbeitsplatz auch für Menschen interessant werden können, die zwar für die Arbeit in die Region kommen würden, aber nicht ihr gesamtes Leben dorthin verlagern wollen.

Mögliche Wege der Umsetzung:

- Gründung eines Innovationsbüros in Kooperation von Kommunen und Unternehmen, ggf. gemeinsame Trägerschaft
- Regionale Spezifika des Fachkräftemangels ermitteln
- Aufgaben des Innovationsbüros:
 - Vernetzung mit regionalen Akteurinnen und Akteuren herstellen
 - Treffen zum Thema Erfahrungsaustausch zur Fachkräftesicherung ins Leben rufen
 - Bestehende Netzwerke identifizieren und systematisieren
 - Good Practice aus anderen Regionen recherchieren und auf Übertragbarkeit prüfen (siehe Good Practice)
 - Vorschläge für unterschiedliche regionale Strategien erarbeiten und mit regionalen Akteurinnen und Akteuren diskutieren

Strategie:

Multilokale sesshaft machen
& Attraktive Lebensbedingungen für Multilokale schaffen

Art:

Konzeptionell &Beratend/Vermittelnd

Projektträgerinnen und Projektträger:

Kommunen & Unternehmen

Räumliche Ebene:

Regional

Zielgruppe:

Incomings

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Unternehmen

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Das Innovationsbüro kann Fachkräfte in die Region locken. Durch den Zuzug von (multilokalen) Fachkräften gewinnt die Region an Attraktivität und kann den Fachkräftemangel mildern.

Good Practice:

Innovationsbüro Fachkräfte für die Region
<https://www.fachkraeftebuero.de/>

Praxisdatenbank für die unterstützten Projekte, Initiativen und Netzwerke zur Sicherung von Fachkräften im gesamten bundesdeutschen Gebiet
<https://www.fachkraeftebuero.de/praxis-beispiele/>





Für jeden etwas dabei: Entwicklung einer Fachkräftebörse

Kurze Beschreibung:

Fachkräftebörse an einem ungewöhnlichen Datum, z. B. um die Weihnachtszeit. Neben Stellenangeboten erhalten die Besucherinnen und Besucher auch Informationen über den Wohnungsmarkt, Kindergärten und Schulen sowie Freizeitangebote im Landkreis bzw. in der Region. Multilokale Outgoings können durch die Fachkräftebörse ggf. wieder einen passenden Arbeitsplatz in der Region finden. Weitere Zielgruppe sind potenzielle „Rückkehrende“, die schon einmal in dem Landkreis heimisch waren und gerne zusammen mit ihrer Familie wieder zurückkommen wollen, aber natürlich auch neu zuziehende Incomings mit Familien.

Mögliche Wege der Umsetzung:

- Absprache der Kommunen und der Unternehmen, wann und mit welchem thematischen Schwerpunkt die Fachkräftebörse angeboten werden soll
- Gewinnung von Trägerinnen und Trägern der sozialen Infrastruktur, aus der Wohnungswirtschaft und von Vereinen für eine Beteiligung an der Fachkräftebörse (attraktive Angebote auch für die Familien der Fachkräfte)
- Abstimmung und Kooperation mit Projektidee U 007, Rückkehrenden-Werbung und -Beratung

Strategie:

Multilokale sesshaft machen

Räumliche Ebene:

Regional

Art:

Organisatorisch & Beratend/Vermittelnd

Zielgruppe:

Outgoings

Projektträgerinnen und Projektträger:

Kommunen

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Wohnungswirtschaft, Verbände/Vereine, IHK
& Träger sozialer Infrastruktur

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Durch die Fachkräftebörse gewinnt die Region Arbeitskräfte und damit an Attraktivität.

Good Practice:

Hannover

<https://www.hwk-hannover.de/artikel/fachkraefteboerse-finden-und-finden-lassen-23,589,3149.html>

Cottbus

<https://www.hwk-cottbus.de/fachkraefte>





In Kontakt bleiben:

Alumni-Karte auch für Multilokale (Outgoings)

Kurze Beschreibung:

Mit Hilfe einer Alumni-Karte können Wegziehende über aktuelle Angebote (z. B. Stellenangebote oder Veranstaltungen) im Landkreis und der Region informiert werden. Die Karte kann in gedruckter oder digitaler Form ausgegeben werden. In regelmäßigen Abständen (ein bis vier mal im Jahr) erhalten die Registrierten dann die Informationen. Für multilokale Outgoings kann dies eine Chance sein, doch vor Ort eine Arbeitsstelle zu finden und einen bisher durch Erwerbsarbeit bedingten multilokalen Lebensstil aufzugeben. Der Landkreis gewinnt dadurch Fachkräfte.

Mögliche Wege der Umsetzung:

- Wegziehende werden im Zug der Abmeldung beim Einwohnermeldeamt über die Möglichkeiten der Alumni-Karte informiert. Sie können die Karte in diesem Zuge einfach bekommen
- Um multilokale Outgoings zu erreichen, wird die Alumni-Karte öffentlich beworben
- Zusammenstellen der Alumni-Neuigkeiten durch die Kommunen in Kooperation mit Unternehmen
- Favorisierung der digitalen Alumni-Karte, die gleichzeitig die Aufnahme in einen Mailverteiler regelt, über den dann spezifische Stellenangebote verschickt werden
- In Zusammenhang mit der Karte können weitere Gutscheine etc. vergeben werden
- Bei Rückzug in die Kommune bzw. Aufgabe der multilokalen Lebensweise wird die Alumni-Karte gegen ein Willkommensgeschenk eingetauscht

Strategie:

Multilokale sesshaft machen

Räumliche Ebene:

Kommunal

Art:

Beratend/Vermittelnd

Zielgruppe:

Outgoings

Projektträgerinnen und Projektträger:

Kommunen

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Unternehmen

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Durch die Bereitstellung der Informationen wird die aussichtsreiche Gruppe der „Rückkehrenden“ angesprochen (vgl. Projektidee U 007), Outgoings können in der Region gehalten und ggf. wieder sesshaft gemacht werden. Insgesamt können Fachkräfte für die Region gewonnen werden.

Good Practice:

Äquivalente Alumni-Karten von Universitäten:

Universität Klagenfurt

<https://www.aau.at/alumni-karriere/alumni-karte/>

Universität Bonn

https://alumni.uni-bonn.de/public/cms_page.aspx?pageld=276





Zukunft gestalten:

Plattform zur Bündelung aller Berufsorientierungsangebote

Kurze Beschreibung:

Zur Gewinnung von Fachkräften werden auf einer Plattform (digital) Angebote zur Berufsorientierung gebündelt und vermarktet. Eine Kooperation mit Unternehmen ist sinnvoll. Es kann dabei auf die regelmäßig stattfindende Fachkräftebörse als weiteres Angebot verwiesen werden (vgl. Projektidee U 012).

Mögliche Wege der Umsetzung:

- Einrichtung und Betreuung der digitalen Plattform durch die Kommune
- Abstimmung mit Unternehmen, Kammern, Berufsschulen und Ausbildungsbetrieben, wie aktuelle Inhalte eingespeist werden

Strategie:

Multilokale sesshaft machen

Räumliche Ebene:

Regional

Art:

Beratend/Vermittelnd

Zielgruppe:

Incomings & Outgoings

Projektträgerinnen und Projektträger:

Kommunen

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Unternehmen

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Kommunen, Unternehmen, Zuziehende und die Bevölkerung profitieren von gebündelten Informationen zur Berufsorientierung.

Good Practice:

Bildungsportal Haßberge

<http://bildungsportal-hassberge.de/startseite/>

Bildungsportal Allgäu

<https://www.bildung-allgaeu.de/>

Wildwuchs - Starke Jobs. Starke Typen, Kampagne zur Vorstellung regionaler Ausbildungs- und Praktikumsstellen

<https://www.wir-sind-wildwuchs.de/>





Agieren statt reagieren: Regionale Wohnbaukonzeption

Kurze Beschreibung:

Eine Wohnbaukonzeption greift aktuelle Bevölkerungsprognosen auf, schreibt Leitziele für die zukünftige Entwicklung des Wohnungsmarktes der Kommune fest und entwickelt eine Umsetzungsstrategie. Auch die Einschätzung regionaler Eckdaten ist hierbei wichtig, da Multilokalität sich nicht an administrativen Grenzen orientiert. Themen sind dabei sowohl der Bestand als auch der Neubau. Durch den Neubau kann der Wohnungsmarkt vielseitiger gestaltet werden, während der Bestand bei geschickter Anwendung nach- oder umgenutzt werden kann. Die Zielgruppe der multilokalen Incomings wird im Strategiepapier berücksichtigt, u. a. beim Thema Bedarf an kleinem Wohnraum (vgl. Projektidee W 002). Durch die Wohnbaukonzeption wird eine zielgerichtete Wohnungsmarktentwicklung ermöglicht, Maßnahmen und Projekte können abgestimmt vorbereitet werden. Die Wohnbaukonzeption kann sowohl dafür genutzt werden, Multilokalen, die als Incomings ihre multilokale Lebensweise beibehalten werden, attraktiven Wohnraum zu bieten als auch dafür, Multilokalen, die in der Kommune sesshaft werden wollen, attraktive Wohnangebote zu machen.

Mögliche Wege der Umsetzung:

- Verständigung über Zielsetzung und Themenfelder der Wohnbaukonzeption in Zusammenarbeit von Kommune und Wohnungswirtschaft
- Prüfung, inwieweit die gemeinsame Erarbeitung mit Nachbarkommunen sinnvoll und möglich ist
- Gemeinsame Erarbeitung einer Strategie durch die gemeindlichen Akteurinnen und Akteuren, ggf. Beratung durch den Landkreis
- Einbindung lokaler und regionaler Expertinnen und Experten in die Erarbeitung
- Gemeinsame Verständigung über Verbindlichkeiten und ggf. erste Maßnahmen

Strategie:

Multilokale seshaft machen
& Attraktive Lebensbedingungen für Multilokale schaffen

Art:

Analytisch, Konzeptionell & Vernetzend

Projektträgerinnen und Projektträger:

Kommunen und Wohnungswirtschaft

Räumliche Ebene:

Kommunal, Überkommunal & Regional

Zielgruppe:

Incomings & Outgoings

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Kommunen & Wohnungswirtschaft

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Der Wohnungsmarkt in der Kommune kann zielgerichtet gesteuert und entwickelt werden. Multilokale können als Zielgruppe aufgegriffen und entsprechender Wohnraum entwickelt werden. Dadurch gewinnt die Kommune an Attraktivität für Incomings.

Good Practice:

Wohnraumversorgungskonzept
des Landkreises Diepholz, 2016
<https://www.diepholz.de/portal/seiten/wohnraumversorgungskonzept-fuer-den-landkreis-diepholz-900000394-21750.html> und auf www.tempaland.de





Was brauchen wir:

Ermittlung des Bedarfs an Zweitwohnungen

Kurze Beschreibung:

Als Voraussetzung für eine Überprüfung, inwieweit das lokale und regionale Wohnungsangebot aus Sicht der Multilokalen „bedarfsgerecht“ ist, wird der bestehende Bedarf in Annäherung ermittelt. Die Bedarfe der Multilokalen sind dabei so breit gefächert wie die Motivationen und Ursachen der Multilokalität. Im ersten Ansatz wird dem Wohnbedarf von Menschen nachgegangen, die aus Arbeitsgründen temporär im Landkreis sind (Incomings). Dies kann eine Diversifizierung des Wohnungsmarktes zur Folge haben. Wird das Ziel der Innen- vor Außenverdichtung dabei umgesetzt, können außerdem Ortskerne bewahrt und der Gebäudebestand in andere Nutzungen überführt werden. Die Bedarfsermittlung kann eine Grundlage regionaler Wohnbaukonzeptionen (vgl. Projektidee W 001) sein.

Mögliche Wege der Umsetzung:

- Telefonische Befragungen der ansässigen Unternehmen zu der Anzahl Multilokaler im Betrieb und deren Bedarf an Zweitwohnungen
- Aufbereitung der Ergebnisse u. a. als Grundlage konzeptioneller und strategischer Überlegungen
- Ableitung von Empfehlungen für weitere Arbeitsschritte

Strategie:

Attraktive Lebensbedingungen für Multilokale schaffen

Räumliche Ebene:

Kommunal, Überkommunal & Regional

Art:

Analytisch, Konzeptionell & Beratend/Vermittelnd

Zielgruppe:

Incomings

Projektträgerinnen und Projektträger:

Kommunen

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Wohnungswirtschaft & Unternehmen

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Durch die erhobenen Daten zum Bedarf an Wohnraum können Kommunen (und Unternehmen) die Wohnungsmarktentwicklungen entsprechend beobachten und ggf. steuernd eingreifen. Dadurch kann angespannten Wohnungsmärkten vorgebeugt werden.

Good Practice:

Ermittlung durch Befragung im Landkreis Diepholz
In der Samtgemeinde Barnstorf wurden beispielhaft Unternehmen abgefragt und deren Anzahl an multilokal lebenden Beschäftigten ermittelt. Außerdem können Haushaltsbefragungen erste Annäherungen ermöglichen (siehe Haushaltsbefragung in Teil 2)

Ermittlung des Wohnungsbedarfs
in Niedersachsen bis 2025
https://www.bauindustrie-nord.de/system/files/stiftungsprojekte/downloads/WG_Bedarf.pdf





Zwischendurch:

Zwischenvermietungen phasenweiser leerstehender Wohnungen

Kurze Beschreibung:

Phasenweise leerstehender Wohnraum kann zwischenvermietet werden. Diese Projektidee kann v. a. für Studierende, multilokal lebende Arbeitskräfte oder Incomings interessant sein, die kurzfristig auf der Suche nach kurzzeitigen Unterkünften sind. Zum einen können die Anforderungen Multilokaler auf der Suche nach temporärem Wohnraum bei Plattformen und Wohnraumbörsen berücksichtigt werden (vgl. Projektidee W 005). Zum anderen können Eigentümerinnen und Eigentümer über die Rahmenbedingungen von zwischenzeitlichen Vermietungen informiert und beraten werden. Auch für Regionen und Kommunen gibt es vorteilhafte Auswirkungen: So wird Leerstand durch eine weitere Nutzung des Gebäudebestands vermieden und Ortskerne erhalten. Günstig ist eine Zusammenarbeit von Region und Kommunen: Die Beratung von Eigentümerinnen und Eigentümern zu Zwischenvermietungen „lohnt“ sich - insbesondere in ländlicheren Regionen - wahrscheinlich eher auf Kreisebene. Gleichzeitig ist das lokale Wissen der kommunalen Ebene u. a. für die Eigentümeransprache notwendig.

Mögliche Wege der Umsetzung:

- Berücksichtigung im Rahmen einer - noch zu installierenden - digitalen Wohnraumbörse (vgl. Projektidee W 005) als Plattform für Kurzzeitmieten (angelehnt an Airbnb, unkomplizierte Untermietverträge für flexible Mietdauern und andere Zwischennutzungen)
- Einrichtung einer Beratung von Eigentümerinnen und Eigentümern
- Bewerben dieses „Modells“ in den Kommunen und bei den Eigentümerinnen und Eigentümern
- In Regionen mit verfestigten Leerständen von Wohnraum: Ggf. Instandsetzung des Wohnraums für phasenweise Vermietung auf „geringem Standard“ - dann interessant für Multilokale mit geringem Einkommen

Strategie:

Attraktive Lebensbedingungen für Multilokale schaffen

Räumliche Ebene:

Lokaler Standort, Kommunal & Regional

Art:

Baulich-Räumlich, Organisatorisch & Beratend/Vermittelnd

Zielgruppe:

Incomings

Projektträgerinnen und Projektträger:

Kommunen & Landkreis

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Wohnungswirtschaft, Unternehmen & Lokale Bevölkerung

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Durch die Zwischenvermietung finden Incomings schnell und zumeist preiswert eine Unterkunft. Leerstand wird verringert und der angespannte Wohnungsmarkt entlastet. In Regionen mit verfestigten Leerständen von Wohnraum: Milderung der negativen Effekte des Leerstandes.

Good Practice:

Online-Meldeportal für sozialen Wohnraum Ostalbkreis
https://www.ostalbhelfer.de/sixcms/detail.php?template=ostalbhelfer_immobilien

DomoCompany - Wohnen auf Zeit, Münster
<https://muenster.domocompany.de/>

Wiedervermietungsprämie für leerstehenden Wohnraum
Brigachtal
https://www.brigachtal.de/pb/,Lde/Startseite/Wirtschaft+_+Bauen/Kommunales+Foerderprogramm+Wohnen.html





Gemeinsam genutzt:

Bereitstellung von (zu groß gewordenem) Wohnraum

Kurze Beschreibung:

Menschen, die (oft alleine) in großen Wohnungen oder Häusern leben, stellen Teile ihres Wohnraums für Multilokale zur Verfügung. Die Bewohnerinnen und Bewohner auf Zeit zahlen verringerte Mieten und unterstützen die Vermieterinnen und Vermieter bei Bedarf in Haushalt und Garten. Hierbei wird es eher um die Vermietung von Zimmern gehen, weniger um die Vermietung abgeschlossener Wohnungen. Bestehende Gebäude werden dadurch weiter genutzt und eine Außenverdichtung verhindert. Kann für Multilokale mit geringem Einkommen (z. B. Studierende) interessant sein. Die öffentliche Hand bietet Vermittlungs- und Beratungsleistungen an, auch Unternehmen können eingebunden werden und Informationen über das Angebot ihren multilokalen Arbeitskräften zur Verfügung stellen (siehe auch Projektidee U 001).

Mögliche Wege der Umsetzung:

- Bewerben dieses „Modells“ in den Kommunen, Kontaktaufnahme mit (älteren) Menschen, die Interesse haben
- Beratung und Unterstützung bei der Prüfung, ob der Wohnraum geeignet ist, welche Umbaumaßnahmen ggf. erforderlich sind und wie ggf. die Miete angesetzt werden kann
- Vermittlung zwischen Vermieterinnen und Vermieter sowie Wohnraum-Suchenden. Gewähr einer gewissen „Sicherheit“ durch die Einrichtung einer vermittelnden Stelle - z. B. bei der Kommune oder bei der Universität (vgl. Projektidee W005)

Strategie:

Attraktive Lebensbedingungen für Multilokale schaffen

Räumliche Ebene:

Lokaler Standort & Kommunal

Art:

Baulich-Räumlich, Organisatorisch & Beratend/Vermittelnd

Zielgruppe:

Incomings

Projektträgerinnen und Projektträger:

Kommunen

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Unternehmen, Lokale Bevölkerung: Multilokale, Maklerinnen & Makler & Hochschulen/Universitäten

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Durch die Schaffung weiteren Wohnraums finden Incomings schneller eine Unterkunft. Außerdem wird der Wohnungsmarkt diversifiziert und entspannter. Bewohnerinnen und Bewohner profitieren durch den Kontakt, die Mieteinnahmen und die alltagspraktische Unterstützung. Von den Kommunen kann eine Förderung des Umbaus zu Wohnraum, der wohngemeinschaftstauglich ist, eingerichtet werden. Diese Maßnahme bietet auch eine gute Möglichkeit für junge Menschen, günstig zu wohnen.

Good Practice:

Online-Plattform Mitwohnen.org - Reduzierte Miete gegen Hilfe oder Minijobs
<https://www.mitwohnen.org/content/reduzierte-miete-durch-hilfe-bei-senioren>

Online-Plattform WG-Gesucht.de
<https://www.wg-gesucht.de/artikel/wohnen-fuer-hilfe-win-win-situation-fuer-rentner-und-studenten>

Online-Plattform „Nummer50“
<https://nummer50.de/>





Kompliziert war gestern:

Kommunale Vermittlung von freiem Wohnraum einschließlich Zwischenvermietungen

Kurze Beschreibung:

Ziel ist die zügige Vermittlung freien Wohnraums in der Region durch Bündelung und Vermittlung zwischen Angebot und Nachfrage. Der Ausgleich von Angebot und Nachfrage auf dem Wohnungsmarkt führt zu einer Entspannung ebendiesen. Dabei sollen die Bedarfe von Multilokalen (Incomings) mit berücksichtigt werden, u. a. Zwischenvermietung phasenweise leerstehender Wohnungen (vgl. Projektidee W 003) oder Bereitstellung von Wohnraum (vgl. Projektidee W 004). Zielgruppe sind u. a. multilokale Incomings, v. a. Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer oder auch Studierende.

Die Berücksichtigung von Multilokalen und die deutlich regionale Ausrichtung grenzen die Projektidee von bereits bestehenden ähnlichen Formaten ab (z. B. Airbnb, Immobilienscout etc.). Die regionale Ausrichtung eröffnet auch Optionen der Verknüpfung und Verlinkung zu weiteren Informationen über die Region. Ggf. ist eine Zusammenarbeit mit regionalen Maklerinnen und Maklern sowie eine Bildung von Kooperationen möglich.

Mögliche Wege der Umsetzung:

- Konzeption, inhaltliche und technische Umsetzung einer (digitalen) Wohnungsbörse
- Verknüpfung und Verlinkung mit anderen Informationsangeboten über die Region
- Koordinierung, ggf. mit der Bereitstellung von temporärem Wohnraum durch Unternehmen (vgl. Projektidee U 001)

Strategie:

Attraktive Lebensbedingungen für Multilokale schaffen

Räumliche Ebene:

Kommunal, Überkommunal & Regional

Art:

Organisatorisch & Beratend/Vermittelnd

Zielgruppe:

Incomings & Outgoings

Projektträgerinnen und Projektträger:

Kommunen, Unternehmen & Hochschulen

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Unternehmen, u. a. Maklerinnen & Makler & Hochschulen

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Vorhandene (bisläng unentdeckte) Wohnraumangebote werden bekannt, Anbieterinnen und Anbietern und Nachfragernde von Wohnraum vernetzt sowie Leerstände vermieden. Freie Unterkünfte können an einer Stelle gebündelt und vermarktet werden, die Region gewinnt an Attraktivität für Zuziehende. Die Präsenz der Wohnungsbörse auf „anderen Veranstaltungen“ (z. B. Tag der offenen Hochschule) trägt zur Bekanntheit des Angebotes und den Vermittlungserfolgen bei.

Good Practice:

Wohnungsbörse Hansestadt Attendorf

<https://www.attendorf.de/Bauen-Wohnen/Wohnungsb%C3%B6rse>

Wohnungsbörse Bergstadt Eibenstock

<https://www.eibenstock.de/deutsch/das/leben-wohnen/wohnungsb%C3%B6rse/>

Online-Meldeportal für sozialen Wohnraum, Ostalbkreis

https://www.ostalbhelfer.de/sixcms/detail.php?template=ostalbhelfer_immobilien





So kann's gehen: Beratung und Unterstützung von Eigentümerinnen & Eigentümern, Investorinnen & Investoren oder Wohngruppen zur Schaffung zielgruppenspezifischer Angebote

Kurze Beschreibung:

Der Bedarf nach kleinen Wohnungen (u. a. von Studierenden, älteren Menschen, Geflüchteten, Multilokalen) besteht v. a. in kleineren Kommunen in ländlichen Räumen. Um diesem Bedarf ein entsprechendes Angebot gegenüberstellen zu können, soll für Grundstücks- und Gebäudeeigentümerinnen und -eigentümer, Investorinnen und Investoren sowie Wohngruppen eine entsprechende Beratung im regionalen Maßstab angeboten werden. Die Beratung kann dabei neben allgemeinen Informationen z. B. auch die Vermittlung von Grundstücken umfassen. Eine Auswirkung der Beratung kann die Diversifizierung des Wohnungsmarktes durch kleinere Wohnungen sein. Es kann außerdem Einfluss darauf genommen werden, dass Innen- vor Außenverdichtung stattfindet und so Ortskerne bewahrt werden.

Mögliche Wege der Umsetzung:

Vorlauf:

- Fundierte Aussagen über Quantitäten und Qualitäten des bestehenden und zukünftigen Bedarfs (vgl. u. a. Projektidee W 002)
- Diskussion im Rahmen der Erarbeitung einer regionalen Wohnbaukonzeption inkl. Suche nach geeigneten Grundstücken bzw. Gebäuden (vgl. Projektidee W 001)
- Überprüfung und Ausschöpfung planungsrechtlicher Optionen (vgl. Projektidee W 012)

Durchführung:

- Einrichtung einer Beratungsstelle z. B. beim Kreis über die Stabstelle der Bürgermeisterin oder des Bürgermeisters
- Erarbeitung von Informationsmaterial

Strategie:

Attraktive Lebensbedingungen für Multilokale schaffen

Räumliche Ebene:

Regional

Art:

Konzeptionell, Organisatorisch & Beratend/Vermittelnd

Zielgruppe:

Incomings

Projektträgerinnen und Projektträger:

Kommunen & Landkreis

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Wohnungswirtschaft, Investorinnen & Investoren, Grundstücks- und Gebäudeeigentümerinnen & -eigentümer, Wohnprojekte und -gruppen

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Derzeit haben Kommunen nur begrenzt Einfluss auf den Boden- und Wohnungsmarkt durch den starken Einfluss privater Investorinnen und Investoren. So kann mit der Beratung dieser ein gewisser Einfluss zurückgewonnen werden. Durch die Schaffung zielgruppenspezifischer Angebote wird der Wohnungsmarkt diversifiziert und demographiefest gemacht. Zugleich werden verschiedene Zielgruppen angesprochen.

Good Practice:

Plattform zur Information über die Unterstützung von Wohnprojekten in Frankfurt
<https://www.gemeinschaftliches-wohnen.de/konzeptverfahren/>

Wohnberatungsmobil Südniedersachsen
<http://www.wohnberatungsmobil.de/>
<https://www.projektnetzwerk-niedersachsen.de/projekte/mobile-wohnberatung.html>





Gemeinsam denken und handeln: Regionales Bündnis für Wohnen

Kurze Beschreibung:

Die Bewältigung der aktuell vielfältigen und dringenden Aufgaben im Bereich des Wohnungsmarktes legt es nahe, die Zusammenarbeit der verschiedenen Akteurinnen und Akteuren (insbesondere aus Kommunen und Wohnungswirtschaft) zu intensivieren, ihre Handlungsmöglichkeiten und Spielräume zu koordinieren. Zur Umsetzung wird mit Vertreterinnen und Vertretern des Landkreises, der Kommunen und der Wohnungswirtschaft ein „Bündnis für Wohnen“ ins Leben gerufen. Zu den Aufgaben des Bündnisses gehören die Intensivierung der Zusammenarbeit zwischen Kommunen und Wohnungswirtschaft ebenso wie die Intensivierung der überkommunale Zusammenarbeit im Bereich des Wohnungsmarktes. Auch das Vorantreiben der Umsetzung konkreter Projekte kann zum Tätigkeitsspektrum gehören. Im Kern geht es um die Realisierung eines differenzierten, bedarfsgerechten Wohnangebotes in der Region, um ein passendes Angebot u. a. für multilokale Incomings zu schaffen. Dies hat auch eine Diversifizierung des Wohnungsmarktes zur Folge. Vielerorts fehlen gerade kleinere Wohnungen, die nicht nur für Incomings, sondern auch z. B. für ältere, alleinstehende Menschen von Interesse sind.

Mögliche Wege der Umsetzung:

Vorlauf:

- Bedarfsermittlung (vgl. u. a. Projektidee W 002)

Umsetzung:

- Impuls durch den Landkreis - Einladung von möglichen Interessierten zu einem ersten Informations- und Austauschgespräch
- Gemeinsame Klärung von Zielsetzung und Aufgabenstellung für das regionale Bündnis für Wohnen, Rollen- und Aufgabenverteilung
- Mögliche Verständigung auf ein gemeinsames Leitbild

Strategie:

Multilokale sesshaft machen
& Attraktive Lebensbedingungen für Multilokale schaffen

Art:

Analytisch, Konzeptionell, Organisatorisch & Vernetzend

Projekträgerinnen und Projektträger:

Kommunen & Landkreis

Räumliche Ebene:

Überkommunal & Regional

Zielgruppe:

Incomings & Outgoings

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Wohnungswirtschaft, Eigentümerinnen & Eigentümer

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Durch Austausch, Koordination, Kommunikation und Kooperation der verschiedenen Akteurinnen und Akteure im „Bündnis für Wohnen“ kann ein gemeinsames Verständnis von Zielen und Aktivitäten im Hinblick auf die Umsetzung von Wohnbedarfen erreicht werden. So können gute Rahmenbedingungen für eine zügige und zielgerichtete Umsetzung von konkreten Bauprojekten zur Diversifizierung des Wohnungsangebotes geschaffen werden.

Good Practice:

Arbeitskreis „Bündnis Wohnen in Oldenburg“
<https://www.oldenburg.de/startseite/leben-wohnen/stadtentwicklung/stadtplanung/stadtentwicklungsplanung/arbeitskreis-buendnis-wohnen-in-oldenburg.html>

Bündnis für bezahlbaren Wohnraum im Kreis Böblingen
https://www.lrab.de/,Lde/start/Service+_+Verwaltung/buendnis+fuer+bezahlbaren+wohnraum+im+kreis+boeblingen.html





Impulse setzen:

Wettbewerb zu flexiblen und anpassungsfähigen Wohnformen

Kurze Beschreibung:

Flexible und anpassungsfähige Wohnformen für mehrere Nutzergruppen (z. B. „Systemhauslösungen“) können den unterschiedlichen Bedarfen diversifizierter Lebensstile (u. a. Multilokalität) nachkommen. Sie sind in der Lage, sich an geänderte Rahmenbedingungen anzupassen. Z. B. kann es um eine Anpassung an die jeweilige Lebensphase gehen sowie um die Anpassung an neue und andere Zielgruppen, z. B. Multilokale Incomings. Dabei können Neubauten zu vielfältigeren Angeboten auf dem Wohnungsmarkt führen und Umbauten des Gebäudebestands zur Bewahrung von Ortskernen. Um gerade auch für kleinere Kommunen in ländlichen Räumen „passende“ Bau- und Wohnformen zu finden, wird ein entsprechender Wettbewerb ausgelobt. Themen des Wettbewerbs können dabei sowohl Neubauten als auch Umbauten sein.

Mögliche Wege der Umsetzung:

- Auslobung eines Wettbewerbs für anpassungsfähige Wohnformen sowohl im Alt- als auch im Neubau, entweder durch den Kreis, eine Kommune oder die Wohnungswirtschaft
- Mögliche Themen u. a.: zeitgemäßes, barrierefreies Bauen zu realisierbaren Preisen, Flexibilität in den Wohnungsgrößen, Bedarfe von Multilokalen, Konzepte zu privaten und gemeinschaftlich genutzten Räumen usw.
- Ggf. zwei Wettbewerbe: einmal Neubau und einmal Umbau
- Ggf. die Wohnungswirtschaft als Partnerin für die Durchführung des Wettbewerbs gewinnen
- Je nach Verfügbarkeit geeigneter Grundstücke kann der Wettbewerb mehr oder weniger direkt realisiert werden

Strategie:

Attraktive Lebensbedingungen für Multilokale schaffen

Art:

Baulich-Räumlich & Organisatorisch

Projektträgerinnen und Projektträger:

Kommunen & Landkreis

Räumliche Ebene:

Lokaler Standort, Kommunal & Überkommunal

Zielgruppe:

Incomings

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Wohnungswirtschaft

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Die Wettbewerbsergebnisse können - über die Verwendbarkeit für das jeweilige Einzelgrundstück hinaus - in der Region Impulse setzen, sich mit dem Thema intensiver auseinanderzusetzen und ggf. andere Projekte anstoßen. Dabei kann ein Fokus auf ländlicher Baukultur liegen, um die Identifikation von Bewohnerinnen und Bewohnern mit der Heimat zu stärken.

Good Practice:

Wettbewerb „Wohnen im Wandel“ - Demographierechte Bauleitplanung

<https://www.competitionline.com/de/beitraege/83512>

Wettbewerb des hessischen Umweltministeriums „Innovation und Gemeinnutz“

<https://www.gemeinschaftliches-wohnen.de/umweltministerium/>





Guter Service:

Entwicklung eines zentralen und multifunktionalen „Servicewohnhauses“

Kurze Beschreibung:

Ein zentrales und multifunktionales „Servicewohnhaus“ ist eine Art Hotel, in dem individuelle Wohneinheiten in unterschiedlichen Größen mit flexibler Mietdauer angemietet werden können. Die Wohneinheiten sind teilweise möbliert und werden durch Gemeinschaftsräume (z. B. Gemeinschaftsküche, Waschküche, Aufenthaltsraum, Sportraum etc.) ergänzt. Das Servicewohnhaus stellt weitere Dienstleistungen (z. B. Hausverwaltung, Putzservice etc.) oder Infrastrukturen (z. B. WLAN) zur Verfügung. Die Idee lehnt an das Konzept des „Commonhousing“ an und ist für verschiedene Zielgruppen (z. B. Studierende, multilokal lebende Arbeitskräfte etc.) attraktiv. Das Servicewohnhaus kann als „Netzwerkpunkt“ fungieren, an dem sich die Zielgruppen treffen und austauschen. V. a. Studierende und Incomings werden dadurch angesprochen, aber auch Touristinnen und Touristen. Die mit dem Servicewohnhaus einhergehenden vielfältigen Wohnformen ermöglichen eine Diversifizierung des Wohnungsmarktes.

Mögliche Wege der Umsetzung:

- Identifikation eines geeigneten Grundstücks (Kriterien u. a. Lageeignung, ggf. kommunales Eigentum, bestehendes Baurecht (vgl. Projektidee W012), ggf. auch Prüfung, ob es ein geeignetes Bestandsgebäude gibt, ggf. abgeleitet aus einem Strategiepapier (vgl. Projektidee W 001) und einer Bedarfsanalyse (vgl. Projektidee W 002)
- Ausschreibung für eine Projektträgerin oder einen Projektträger zur Realisierung eines „Servicewohnhauses“ z. B. auf einer Fläche in kommunalem Eigentum (Erbbaurecht, Eigentum geht nach einigen Jahren an die Kommune zurück),
- Prüfen: kommunale Trägerschaft, Mitwirkung von Unternehmen (Stichwort: Wohnraum für multilokale Fachkräfte)
- Gewinnung privater Investorinnen und Investoren für die Umsetzung
- Die Ausschreibung umfasst eine Beteiligung von Multilokalen, sodass schon bei Planung und Bau auf deren Wünsche und Ideen eingegangen werden kann

Strategie:

Attraktive Lebensbedingungen für Multilokale schaffen

Räumliche Ebene:

Lokaler Standort & Kommunal

Art:

Baulich-Räumlich, Organisatorisch & Beratend/Vermittelnd

Zielgruppe:

Incomings

Projektträgerinnen und Projektträger:

Kommunen, Wohnungswirtschaft, Investorin & Investor, Bauherrin & Bauherr

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Wohnungswirtschaft, Unternehmen, Lokale Bevölkerung: Multilokale, Investorinnen & Investoren

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Durch ein bedarfsgerechtes und attraktives Wohnangebot kann die Attraktivität der Region z. B. für multilokale Fachkräfte steigen. Durch das Angebot werden der Wohnungsmarkt und touristische Angebote (z. B. Hotels) sinnvoll ergänzt ohne Konkurrenzen zu bilden. Eine Sicherstellung gleichwertiger Lebensverhältnisse wird durch die Projektidee erleichtert.

Good Practice:

Service Wohnhaus Kaarst

https://www.wz.de/nrw/rhein-kreis-neuss/neuss/mehr-als-200-interessenten-fuer-das-service-wohnhaus-der-johanniter_aid-26910293

Service Wohnhaus Frankfurt/Oder

<https://www.awo-frankfurt-oder.de/seite/131089/service-wohnhaus.html>

Service Wohnhaus Kempen

https://rp-online.de/nrw/staedte/kempen/gemeinsam-wohnen-in-kempen_aid-14791017





Klein aber oho:

Bau von kleinen Wohneinheiten (z. B. Minihäuser)

Kurze Beschreibung:

Kleinere Wohneinheiten werden u. a. von Studierenden und multilokal lebenden Arbeitskräften (Incomings) nachgefragt und häufig für einen kurzen bis mittelfristigen Zeitraum bewohnt. In vielen - insbesondere ländlichen Kommunen - fehlen kleine Wohnungen, obwohl auch ältere Ortsansässige kleinere Wohnungen nachfragen. Die Kommunen können den Bau und die damit einhergehende Diversifizierung des Wohnungsmarkts durch Beratungen und ggf. Schaffung von Planungsrecht unterstützen (vgl. Projektidee W012). Auf eigenen Grundstücken können Kommunen den Bau auch selber übernehmen. In die Planung kleinerer Wohneinheiten sollten Multilokale eingebunden werden, um bedarfsgerecht zu planen und zu bauen sowie die Chancen für innovative Konzepte (z. B. Micro compact home, Variowohnungen etc.) zu klären.

Mögliche Wege der Umsetzung:

- Ermittlung des Bedarfs an kleinen Wohnungen als Voraussetzung
- Beratungen und Eigentümerinnen und Eigentümern: vgl. Projektidee W 006
- Ggf. Planungsrecht schaffen: vgl. Projektidee W 012
- Planung ggf. mit Beteiligung von Multilokalen
- Bau, ggf. Verknüpfung mit einem Servicewohnhaus: vgl. Projektidee W009

Strategie:

Attraktive Lebensbedingungen für Multilokale schaffen

Räumliche Ebene:

Lokaler Standort & Kommunal

Art:

Baulich-Räumlich & Beratend/Vermittelnd

Zielgruppe:

Incomings

Projektträgerinnen und Projektträger:

Kommunen, Wohnungswirtschaft, Bauherrin & Bauherr

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Kommunen, Wohnungswirtschaft, Unternehmen, Lokale Bevölkerung: Multilokale, Investorinnen & Investoren

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Durch den Bau von kleinen Wohneinheiten werden die Kommunen für Studierende und Incomings attraktiver und der Wohnungsmarkt entspannt sich.

Good Practice:

Micro Compact Home

<http://www.microcompacthome.at/>

Förderung Variowohnungen in Bremerhaven:

<https://www.bmu.de/meldung/bundesbauministerium-foerdert-26-vario-wohnungen-fuer-studierende-und-azubis-in-bremen/>





Wir haben einiges zu bieten:

Innovationsbüro „Fachkräfte“ für die Region und den Landkreis

Kurze Beschreibung:

Aufgabe des Innovationsbüros ist es, gemeinsam mit regionalen Akteurinnen und Akteuren zu entwickeln, welche Strategien der Fachkräftesicherung für die Region und den Landkreis erfolgversprechend sind und wie sie wirkungsvoll umgesetzt werden können. Die Strategie zielt auf den Zuzug von Fachkräften und Multilokalen ab. Auch in die Region Zurückkehrende können dabei Zielgruppe sein (vgl. Projektidee U007). Eine Offenheit gegenüber den Belangen von Multilokalen kann hierbei die Erfolgsaussichten der Strategie erhöhen. Demnach spielen auch alle Fragen eine Rolle, die sich damit auseinandersetzen, wie die Region oder der Arbeitsplatz auch für Menschen interessant werden können, die zwar für die Arbeit in die Region kommen würden, aber nicht ihr gesamtes Leben dorthin verlagern wollen. Hierbei spielen Fragen der Multilokalität eine Rolle - wie können multilokale Fachkräfte gefunden werden?

Mögliche Wege der Umsetzung:

- Gründung eines Innovationsbüros in Kooperation von Kommunen und Unternehmen, ggf. gemeinsame Trägerschaft
- Regionale Spezifika des Fachkräftemangels ermitteln
- Aufgaben des Innovationsbüros:
 - Vernetzung zu regionalen Akteurinnen und Akteuren herstellen
 - Treffen zum Thema Erfahrungsaustausch zur Fachkräftesicherung ins Leben rufen
 - Bestehende Netzwerke identifizieren und systematisieren
 - Good Practice aus anderen Regionen recherchieren und auf Übertragbarkeit prüfen (siehe Good Practice)
 - Vorschläge für unterschiedliche regionale Strategien erarbeiten und mit regionalen Akteurinnen und Akteuren diskutieren

Strategie:

Multilokale sesshaft machen
& Attraktive Lebensbedingungen für Multilokale schaffen

Art:

Konzeptionell & Beratend/Vermittelnd

Projektträgerinnen und Projektträger:

Kommunen & Unternehmen

Räumliche Ebene:

Regional

Zielgruppe:

Incomings

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Unternehmen

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Durch den Zuzug von (multilokalen) Fachkräften gewinnt die Region an Attraktivität und kann den Fachkräftemangel mildern.

Good Practice:

Innovationsbüro Fachkräfte für die Region
<https://www.fachkraeftebuero.de/>

Praxisdatenbank für die unterstützten Projekte, Initiativen und Netzwerke zur Sicherung von Fachkräften im gesamten bundesdeutschen Gebiet
<https://www.fachkraeftebuero.de/praxis-beispiele/>





Mit Recht: Anpassung planungsrechtlicher Voraussetzungen und Vergabekriterien für Bauvorhaben im kommunalen Eigentum

Kurze Beschreibung:

Bei der Bebauung von Flächen in kommunalem Eigentum haben die Kommunen die größten Einflussmöglichkeiten. Sofern sie nicht selber bauen, können sie die Bebauung über Vergabekriterien und die Art der Neubebauung mitbestimmen. Dadurch können sie an geeigneten Standorten die Errichtung von kleineren, flexibleren und anpassungsfähigen Wohnraums fördern, um einen Beitrag zur Diversifizierung von homogenen Wohnungsmärkten zu leisten. Darüber hinaus könnten für diese Kriterien neue planungsrechtliche Voraussetzungen geschaffen werden. Hierdurch kann auf dem Wohnungsmarkt besser auf die Bedarfe multilokal lebender Menschen reagiert werden. Eine Kombination mit einem Wettbewerb ist möglich (vgl. Projektidee W 008).

Mögliche Wege der Umsetzung:

- Klärung, welche Kommunen geeignete Grundstücke besitzen
- Klärung, ob die Grundstücke behalten, veräußert oder in Erbpacht vergeben werden sollen
- Entwicklung von Vergabekriterien:
 - a) allgemeiner Art
 - b) standortspezifisch, hier u. a. : Diversität des Wohnangebotes, kleine und flexible Wohnformen
 - c) Planungsrechtliche Voraussetzungen prüfen (vgl. Projektidee W001 und W007)
- Berücksichtigung bei der Neuaufstellung von Bebauungsplänen
- Geeignete Standorte ggf. aus einem „Strategiepapier“ ableiten und weiter entwickeln (vgl. Projektidee W 001)
- Bei Bedarf: Beratung der Kommunen durch den Landkreis

Strategie:

Attraktive Lebensbedingungen für Multilokale schaffen

Räumliche Ebene:

Kommunal

Art:

Baulich-Räumlich & Rechtlich

Zielgruppe:

Incomings

Projektträgerinnen und Projektträger:

Kommunen

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Kommunen, Wohnungswirtschaft, Investorinnen
& Investoren

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Mit Hilfe von unterschiedlichen Wohntypen kann der Wohnungsmarkt diversifiziert und auch demographiefest gemacht werden. Zugleich können verschiedene Nutzergruppen, wie Multilokale (Incomings), angesprochen werden. Die Schaffung planungsrechtlicher Voraussetzungen für den Bau kleiner Wohneinheiten ist die Grundlage für diese Neuausrichtung des Wohnungsmarktes. Denkbar ist auch die Umwidmung von bestehenden Gebäuden, z. B. Einfamilienhäusern in kleinere Wohneinheiten.

Good Practice:

Grundstücksvergabe für gemeinschaftliches Wohnen -
Beispiele aus Tübingen, Hamburg, München und Berlin
http://verein.fgw-ev.de/files/forum_konzeptverfahren.pdf





Im Dialog:

Veranstaltungen zur regionalen Wohnungsmarktentwicklung

Kurze Beschreibung:

Die Dialog-Veranstaltungen richten sich an alle am Wohnungsmarkt aktiven Zielgruppen (Planungsämter, Wohnbaugesellschaften, Kreditinstitute, Investorinnen und Investoren, Vermieterinnen und Vermieter). Mögliche Themen können u. a. Innenentwicklung, Leerstände, alte Quartiere, Umnutzung älterer Höfe oder landwirtschaftlicher Gebäude sowie bezahlbarer Wohnraum sein. Ziel ist ein Dialog und Wissenstransfer für eine nachhaltige Wohnungsmarktentwicklung. Multilokalität kann bei den Themen berücksichtigt werden. Gute Beispiele aus der Region und darüber hinaus können die Grundlage der Diskussionen sein und tragen dazu bei, die Veranstaltung über eine analytisch-konzeptionelle Ebene hinaus konkret zu machen. Eine Veröffentlichung der Ergebnisse (u. a. Internetseiten der Kommunen, Landkreise etc.) trägt zur weiteren Verbreitung des Themas bei. Auch Planungsworkshops für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der kommunalen Bau- und Planungsämter zu Projektideen und guten Beispielen können im Dialog die Handlungsspielräume der Beteiligten erweitern.

Mögliche Wege der Umsetzung:

- Inhaltliche Planung der Veranstaltungsreihe, u. a. Identifikation der regional wichtigen Aspekte des Themas und Zusammenstellung passender „guter Beispiele“, Berücksichtigung des Themas Multilokalität
- Sicherstellung der Finanzierung
- Organisation und Durchführung

Strategie:

Multilokale sesshaft machen

& Attraktive Lebensbedingungen für Multilokale schaffen

Art:

Beratend/Vermittelnd & Vernetzend

Projektträgerinnen und Projektträger:

Kommunen & Landkreise

Räumliche Ebene:

Regional

Zielgruppe:

Incomings & Outgoings

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Kommunen, Wohnungswirtschaft, Investorinnen
& Investoren, Vermieterinnen und Vermieter

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Sensibilisierung für Bedarfe von u. a. multilokal lebenden Personen. Wissenskommunikation zu guten Beispielen zur Schaffung von Wohnraum und eine neue Öffentlichkeit für die Thematik.

Good Practice:

Dialog-Veranstaltungen Wohnungsmarktentwicklung
Landkreis Diepholz

Projektträgerin: Landkreis Diepholz

Ansprechpartnerin: Fachdienst Kreisentwicklung; Projekt-
büro TempALand: Annette Seitz

Siehe www.tempaland.de





Gemeinsames Thema:

Regelmäßige regionale Vernetzungstreffen zur Thematik Multilokalität

Kurze Beschreibung:

Ein- bis zweimal im Jahr werden auf Kreis- oder Regionsebene Verwaltungstreffen der Städte und Kommunen zur Thematik Multilokalität eingerichtet. Hier werden aktuelle Herausforderungen und Potenziale diskutiert sowie Handlungsansätze und Projektideen erarbeitet und umgesetzt. Themenabhängig können weitere Akteurinnen und Akteure (Unternehmen, Wohnungswirtschaft, Vereine, Verbände etc.) zu den Treffen eingeladen werden. Ziel ist es, multilokale Arbeitskräfte zu unterstützen und ein Sesshaftwerden attraktiver zu gestalten.

Mögliche Wege der Umsetzung:

- Festlegen eines Rahmens der thematischen Treffen zum Thema Multilokalität (Turnus und beteiligte Verwaltungsressorts)
- Verständigung zu aktuell bestehendem Gesprächsbedarf innerhalb der Verwaltung, Bestimmung von Schwerpunktthemen, ggf. Einladen weiterer Akteurinnen und Akteure
- Durchführung der Treffen mit Verständigung auf ggf. sinnvolle und notwendige weitere Schritte
- Koordinierung der Handlungsansätze, Berücksichtigung von Multilokalität bei „sowieso anstehenden“ Fragen (Beispiel: Bau kleiner Wohnungen, Kinder- und Seniorenbetreuung, Fachkräftemangel usw.)

Strategie:

Multilokale sesshaft machen
& Attraktive Lebensbedingungen für Multilokale schaffen

Art:

Organisatorisch

Projekträgerinnen und Projektträger:

Kommunen

Räumliche Ebene:

Regional

Zielgruppe:

Incomings & Outgoings

Projektpartnerinnen und Projektpartner:

Wohnungswirtschaft, Unternehmen, Verbände/Vereine
& Lokale Bevölkerung: Investorinnen & Investoren

Zu erwartende Effekte für die Kommune und die Region:

Die Treffen leisten einen Beitrag zur ressortübergreifenden und interkommunalen Arbeit. Durch sie kann das Thema Multilokalität an verschiedene Stellen weitergereicht und dadurch berücksichtigt werden. Handlungsbedarf kann frühzeitig erkannt und kommuniziert werden. Die Handlungsspielräume der verschiedenen beteiligten Akteurinnen und Akteure können zur Lösung ggf. auftretender Probleme koordiniert und genutzt werden.

Good Practice:

Städte- und Gemeindetag Mecklenburg Vorpommern
<https://www.stgt-mv.de/wir-ueber-uns/Aufgaben/>

Gemeindetag Baden-Württemberg
<https://www.gemeindetag-bw.de/internet/themen/aus-dem-gemeindetag>

Dialog Nachhaltige Stadt
<https://www.hannover.de/Leben-in-der-Region-Hannover/Umwelt-Nachhaltigkeit/Nachhaltigkeit/Agenda-21-Nachhaltigkeit/Nachhaltige-Kommune/Im-Dialog-mit-anderen-Kommunen>



Alle Informationen und Ansätze finden Sie auch online.
Testen Sie den Werkzeugkasten unter www.tempaland.de

