



WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG
Schwarzwald · Baar · Heuberg

Abschlussbericht zum Beiratsprojekt:

**„Was wollen Personen, die neu in der
Region sind, hier vorfinden?“**



Milena Lau

Praktikantin Wirtschaftsförderung Schwarzwald-Baar-Heuberg
Universität Tübingen Soziologie & Germanistik 5. Semester B.A.

April 2014

Danke

Wir danken dem Beirat der Wirtschaftsförderung Schwarzwald-Baar-Heuberg für die Unterstützung des Projekts, unter Vorsitz von Herrn Clemens Maurer, Geschäftsführer der H. Maurer GmbH & Co.KG, Schramberg.

Insbesondere gilt unser Dank den Beiratsmitgliedern Herrn Michael Nölle, WERMA Signaltechnik, und Herrn Markus Teufel, Brand.it, für Ihre Unterstützung und beratende Mitwirkung als Ansprechpartner des Projekts.

Wir danken zudem dem Beiratsmitglied Herrn Rolf Böning, Südwestmetall Bezirksgruppe Schwarzwald-Hegau, für die große Unterstützung bei der Unternehmensansprache.

Danke auch an Frau Brigitte Minderlein und Frau Julia Hennig, der Hochschule Furtwangen University, für ihre Unterstützung und Zeit bei der Befragung.

Zudem ein großes Dankeschön an die Sponsoren für die freundliche Unterstützung:



Die Sparkassen der Region
Rottweil Schwarzwald-Baar Tuttlingen



50 Präzisionstechnik
AICHER
Seit 50 Jahren vorne mit dabei!



SÜDWESTMETALL
Verband der Metall- und Elektroindustrie Baden-Württemberg e.V.



STADT
Braunlingen
Natürlich auf der Höhe



WERMA
SIGNALTECHNIK

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	3
2. Methodische Vorgehensweise.....	4
3. Auswertung	6
3.1 Demografische Daten	6
3.2 Herkunft und Willkommenskultur	9
3.3 Gründe des Umzugs.....	14
3.4 Wünsche an die Region.....	19
3.5 Integration und Sprachkenntnisse.....	24
4. Fazit	29
Quellenverzeichnis	30
Anhang.....	30

1. Einleitung

Der demografische Wandel hat die Region Schwarzwald-Baar-Heuberg früher erreicht, als erwartet. Die sinkenden Bevölkerungszahlen bewirken einen Rückgang der Erwerbspersonen. Dies hat langfristig gesehen einen Fachkräftemangel in der Region zur Folge. Um diesem Mangel entgegenzuwirken, hat sich die *Fachkräfteallianz Gewinnerregion* das Ziel gesetzt:

Zukunft sichern – Fachkräfte gewinnen und halten.

Aus dem Bündnis der Fachkräfteallianz der Gewinnerregion Schwarzwald-Baar-Heuberg geht hervor:

„Das übergeordnete Ziel der Fachkräfteallianz Gewinnerregion ist es, durch geeignete Maßnahmen und Aktivitäten sicherzustellen, dass die Fachkräftebasis in der Region Schwarzwald-Baar-Heuberg langfristig gesichert wird und die regionale Wirtschaft für die Zukunft in dieser Hinsicht wettbewerbsfähig aufgestellt ist.“¹

Hierfür wurden 5 Handlungsfelder vereinbart, deren Umsetzung das Erreichen der Zielsetzung gewährleisten soll.

- 1.) Erwerbsteilnahme von Frauen erhöhen
- 2.) Beschäftigung älterer Personen erhöhen
- 3.) Fachkräfte in der Region halten
- 4.) Gezielte Zuwanderung qualifizierter Fachkräfte aus dem In- und Ausland
- 5.) Menschen mit Migrationshintergrund besser integrieren

Punkt 4 wurde begleitet durch das Beiratsprojekt der Wirtschaftsförderung Schwarzwald-Baar-Heuberg: „Gewinnung und Bindung von Neubürgern in der Region Schwarzwald-Baar-Heuberg (2012/2013)“. Hier wurden der demografische Wandel und der Fachkräftemangel in der Gewinnerregion analysiert. Zudem wurde auf die Frage eingegangen, welche Maßnahmen von Kommunen angeboten werden, um Neubürger zu integrieren, welche Angebote davon genutzt werden und welche Probleme bei der Integration auftreten. Die Untersuchung ergab, dass es bei der Integration von Neubürgern dringenden Handlungsbedarf gibt. Denn die Studie hat gezeigt, dass es bereits gute Ansatzpunkte für eine Willkommenskultur in den Kommunen gibt, es jedoch noch an einem systematischen Management fehlt. Hierfür

¹ Bündnis Fachkräfteallianz Gewinnerregion. Villingen Schwenningen, 16.06.2013.

sollte vor allem die Sicht der Mitarbeiter/Zuzügler in die Analyse mit einbezogen werden.²

So entstand im Oktober 2013 der Entschluss des Beirats der Wirtschaftsförderung Schwarzwald-Baar-Heuberg eine Befragung durchzuführen, um nicht nur die Willkommenskultur, sondern auch die „Blackbox Zuzügler“ zu erfassen. In dieser Projektphase geht es nun daher um die Meinungen der Zuzügler. Durch die Befragung soll herausgefunden werden, was Personen, welche in die Gewinnerregion Schwarzwald-Baar-Heuberg ziehen, hier vorfinden möchten. Die Befragung soll Aufschluss darüber geben, was den Zuwanderern generell an einem Wohnort wichtig ist und wie die Integration in die neue Region gefördert werden kann.

Daraus sollen Erkenntnisse für die Kommunen, Unternehmen und die Wirtschaftsförderung Schwarzwald-Baar-Heuberg gewonnen werden, um deren Angebote zu erweitern und die bisherigen zu verbessern. In einem weiteren Schritt ist daher die Ausarbeitung eines Lösungskatalogs vorgesehen, welcher Handlungsempfehlungen enthalten soll.

2. Methodische Vorgehensweise

Im Folgenden soll die methodische Vorgehensweise der Befragung dargelegt werden. Es handelt sich bei der Untersuchung um eine schriftliche Befragung. Hierfür wurde ein teilweise standardisierter Fragebogen konzipiert und per Email oder persönlich an die Zuwanderer verteilt.

Die Zielgruppe wurde dabei definiert als Personen, welche innerhalb der letzten 5 Jahre in die Gewinnerregion gezogen sind (zwischen 2009 und 2014) und hier arbeiten oder studieren.

Zielgesetzt wurde ein Rücklauf von 60 Fragebögen. Die Fragebögen wurden per Email an verschiedene Arbeitgeber in der Region verteilt, sie konnten elektronisch ausgefüllt und zurück geschickt werden. Hierbei erreichten wir einen Rücklauf von 28 Fragebögen. Zudem wurden Fragebögen persönlich an Zuwanderer verteilt, wobei ein Rücklauf von 7 Fragebögen erreicht wurde. Durch die Vorstellung des Projekts und die Verteilung des Fragebogens per Facebook kam 1 weiterer Fragebogen zurück. Darüber hinaus wurde der Fragebogen ausländischen Studierenden der FH

² Vgl. Bleich Tobias, Mitlacher Lars: Abschlussbericht zum Projekt „Gewinnung und Bindung von Neubürgern in der Region Schwarzwald-Baar-Heuberg. DHBW-VS, November 2012, S.26.

Furtwangen University persönlich ausgeteilt. Dies führte zu einem weiteren Rücklauf von 33 Fragebögen. Somit konnte insgesamt ein **Rücklauf von 69 Fragebögen** erzielt werden. Dieser Rücklauf beansprucht keine Repräsentativität der Daten, da bei diesem noch kaum erforschten Gebiet noch keine Grundgesamtheit ermittelt wurde und dadurch keine Fragebogenverteilung per Stichprobe durchgeführt werden konnte. Allerdings dient die Auswertung der Befragung zur Gewinnung von neuen Informationen und Erkenntnissen über die persönlichen Meinungen und Erfahrungen von Zuwanderern über die Willkommenskultur und deren Integration in der Gewinnerregion.

Um bei allen Befragten ein Verständnis für die Untersuchung zu generieren, wurde dem Fragebogen ein Anschreiben mitgesandt, in welchem das Projekt kurz vorgestellt und die Anforderungen an die Zuzügler beschrieben wurden. Die Themenblöcke des Fragebogens sollen nun kurz beschrieben werden:

Herkunft und Willkommenskultur

Der erste Teil der Befragung befasst sich mit der Herkunft der Teilnehmer, sowie ihrem aktuellen Wohnsitz und ihrer derzeitigen Beschäftigung. Zudem wurde danach gefragt, wie den Zuzüglern bei ihrer Ankunft geholfen wurde, wobei jedes Themenfeld von „Hilfe war wichtig“ bis „habe keine Hilfe gebraucht“, beurteilt werden konnte.

Gründe des Umzugs

Bei dem zweiten Befragungsteil sollten die Gründe des Umzugs erläutert werden. Zudem ging es um die Integration und die Willkommenskultur. Auch hier konnte die angebotene Hilfe beurteilt werden. Außerdem wurde nach den allgemeinen Wünschen an eine Region gefragt, wodurch die Lebensqualität der Zuwanderer sichtbar werden soll. Als weiterer Punkt wurde, als offene Frage, die Möglichkeit gegeben, weitere Wünsche zu äußern, die die Integration erleichtern würden.

Wünsche an die Region

Im dritten Teil der Befragung dreht sich alles um die Wünsche der Befragten an die Gewinnerregion. Hier konnten verschiedene Angebote nach „ausreichend“ „wünsche mir mehr/bessere Angebote“ und „nutze ich nicht/nicht wichtig“ beurteilt werden. Zudem bestand die Möglichkeit, weitere Angebote anzugeben und zu beurteilen.

Integration und Sprachkenntnisse

Der vorletzte Befragungsteil beschäftigte sich mit der Integration und den Sprachkenntnissen der Zuzügler. Dies ist besonders wichtig für die Beurteilung der Ergebnisse der ausländischen Teilnehmer. Zudem wurden Fragen zur Integration und den Zukunftsplänen gestellt.

Demografische Daten

Im letzten Teil der Befragung wurden die demografischen Daten der Teilnehmer abgefragt. Diese Rahmendaten dienen als Grundlage für die angestrebten Vergleiche.

3. Auswertung

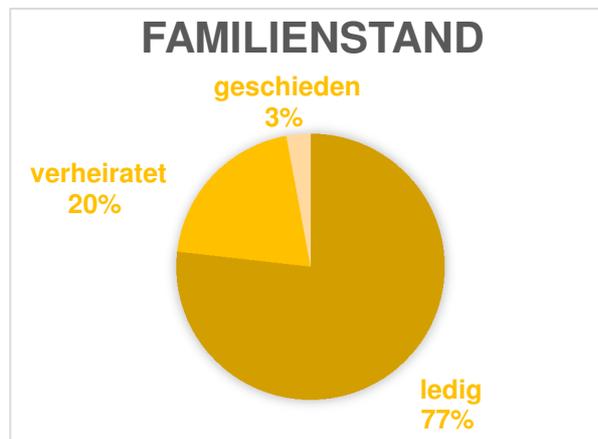
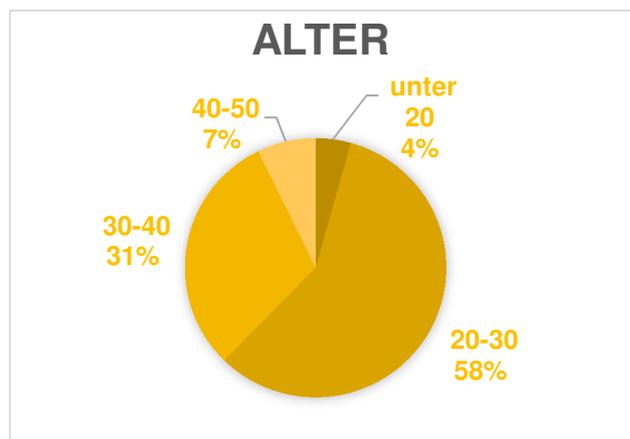
Im Folgenden sollen nun die Ergebnisse der Befragung beschrieben und grafisch dargestellt werden. Zu Beginn soll die Auswertung der demografischen Daten Aufschluss über die persönlichen Merkmale der Befragten geben.

3.1 Demografische Daten

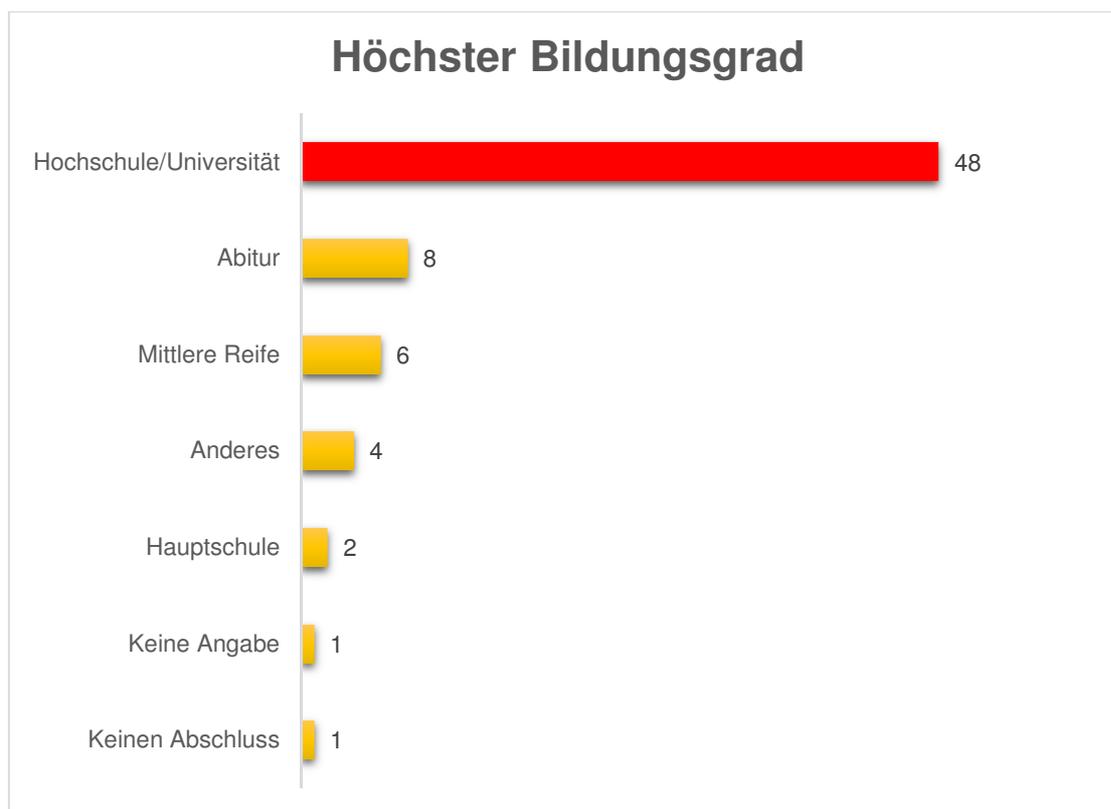
Von insgesamt 69 Befragten waren 41% weiblich und 59% männlich.

Hiervon waren **77% ledig**, 20% verheiratet und 3% geschieden.

58% der Befragten waren zwischen 20 und 30 Jahre alt, sowie weitere 31% zwischen 30 und 40 Jahren. Die große Anzahl lediger Befragten kann daher kommen, dass über die Hälfte der Befragten unter 30 Jahre alt sind. Des Weiteren haben **82% der Befragten keine Kinder**. Die anderen 18% der Befragten haben 1 bis 2 Kinder.

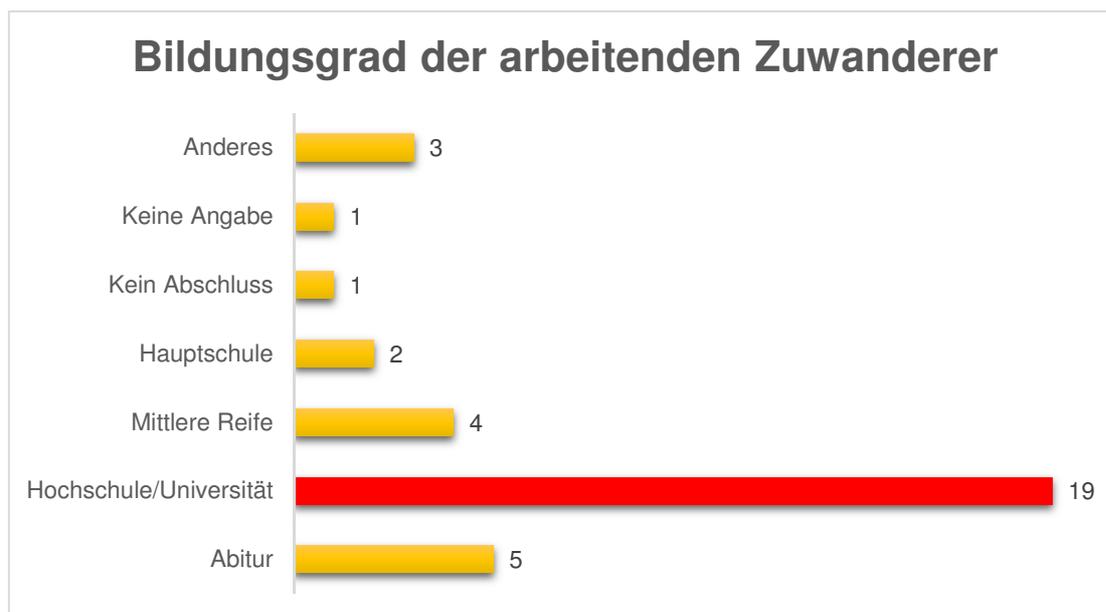


Das folgende Diagramm zeigt den Bildungsstand der befragten Personen:

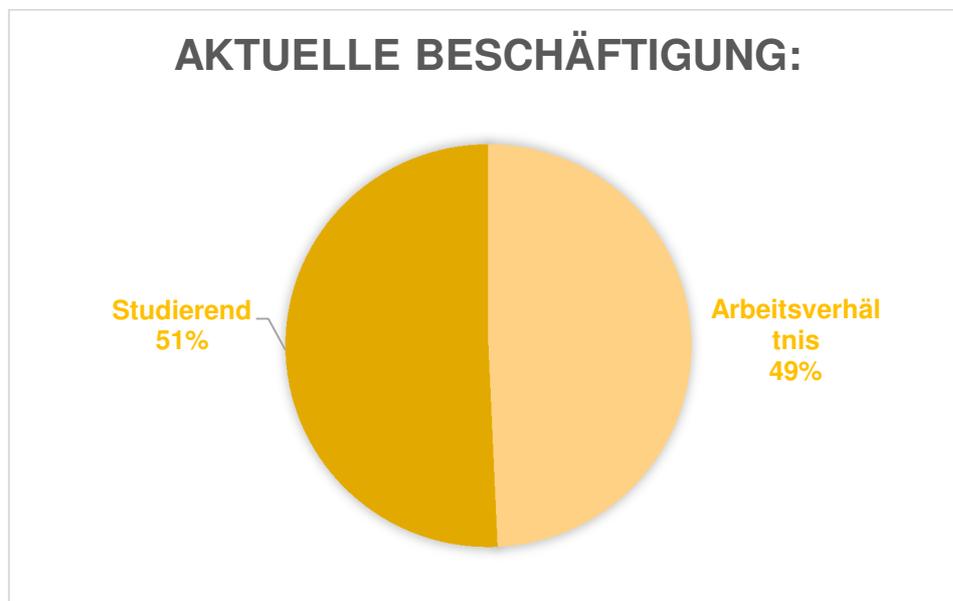


Weiterhin wurden unter „Anderes“ einmal der Fachhochschulabschluss und zweimal die Berufsausbildung angegeben.

Der Bildungsgrad ändert sich wie folgt, wenn nur die arbeitenden Zuwanderer begutachtet, d.h. die Studierenden aus der Statistik heraus genommen werden:



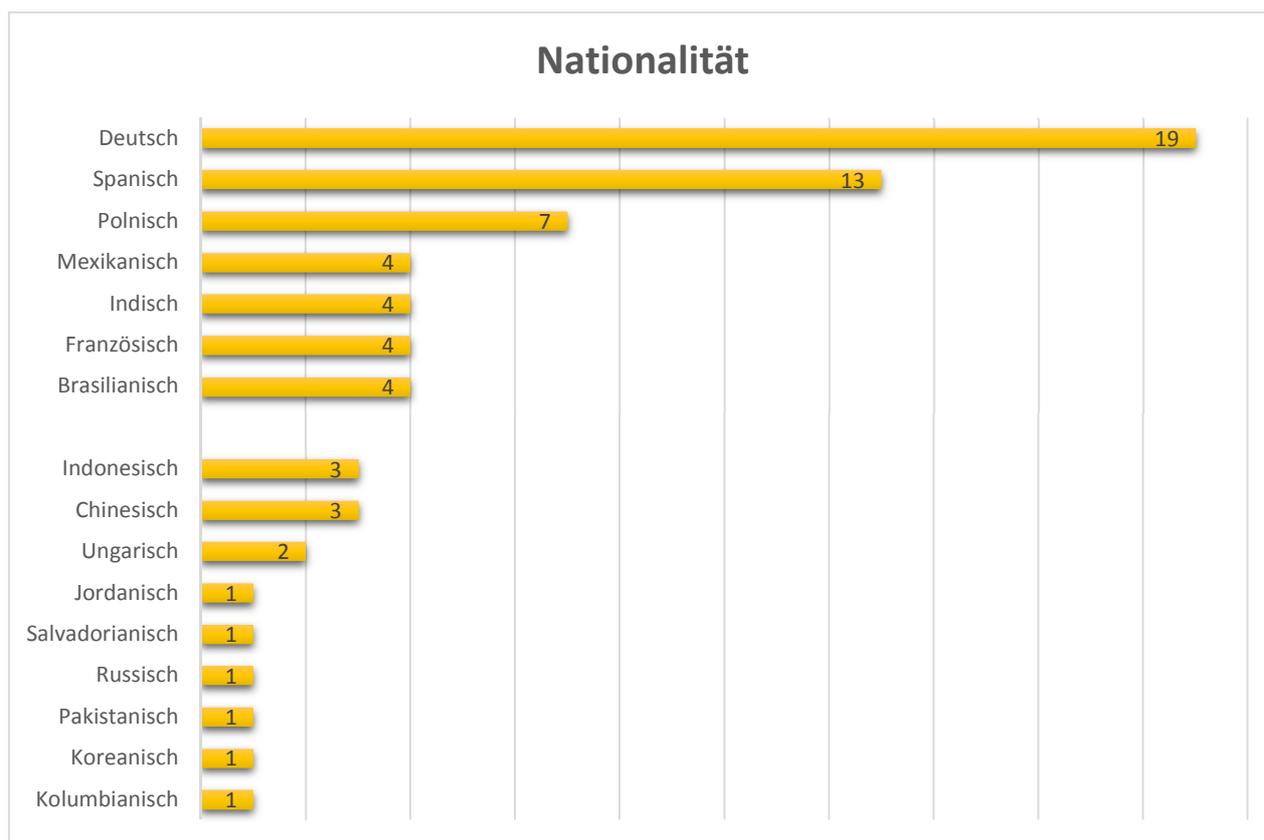
Das Verhältnis Studierende zu Arbeitenden ist fast gleich verteilt: 51% der befragten Personen sind derzeit Studierende, 49% stehen in einem Arbeitsverhältnis.



Von den 49% Personen, die in einem Arbeitsverhältnis stehen, arbeiten **70% als Fachkraft**, sprich in einer Position, die eine Berufsausbildung voraussetzt. 18% arbeiten in einer leitenden Position und nur 12% arbeiten ungelernt.

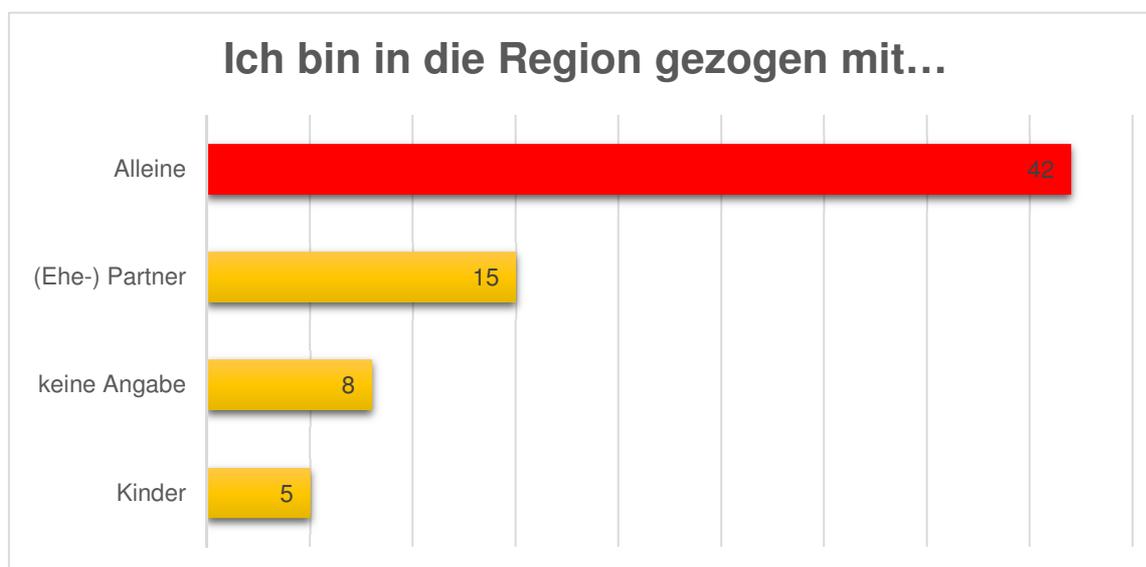
Im Weiteren werden nun wieder die Daten von allen Befragten, Studierende und Arbeitende, begutachtet.

Das folgende Diagramm zeigt aus welchen Ländern die Zuwanderer kommen:

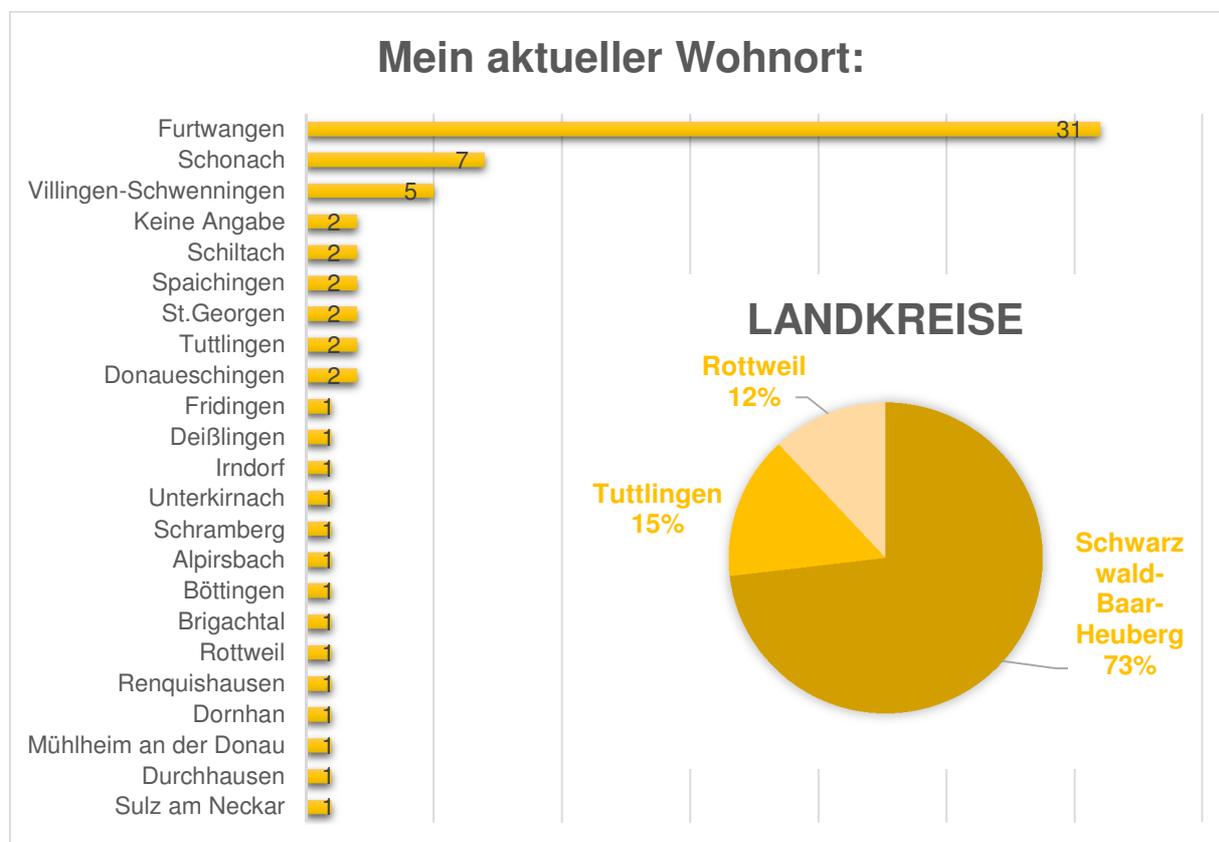


3.2 Herkunft und Willkommenskultur

Alle Befragten haben angegeben, dass sie innerhalb der letzten 5 Jahre in die Gewinnerregion Schwarzwald-Baar-Heuberg gezogen sind. 42 kamen alleine, 15 mit (Ehe-)Partner, 5 mit Kindern und 8 gaben keine Auskunft darüber, mit wem sie in die Region gezogen sind.

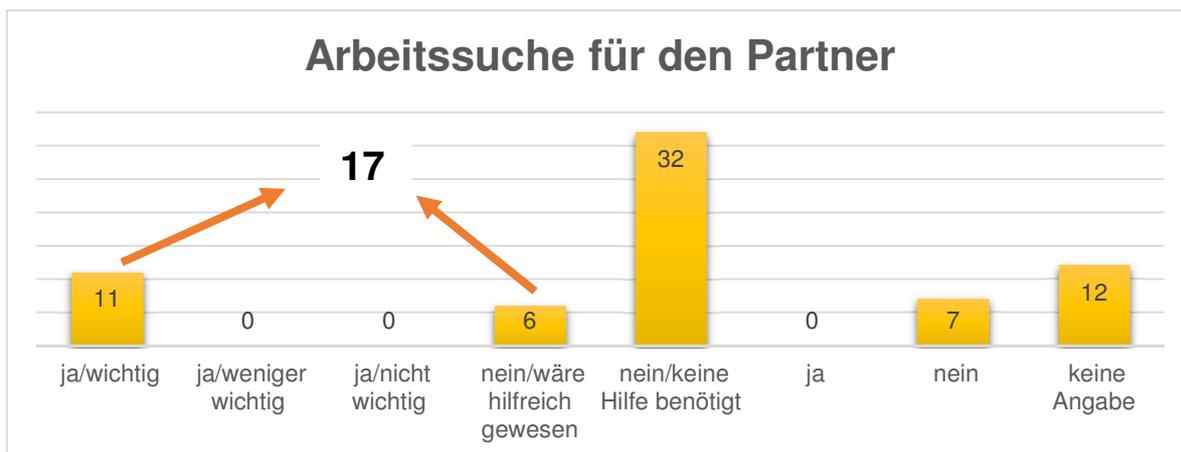
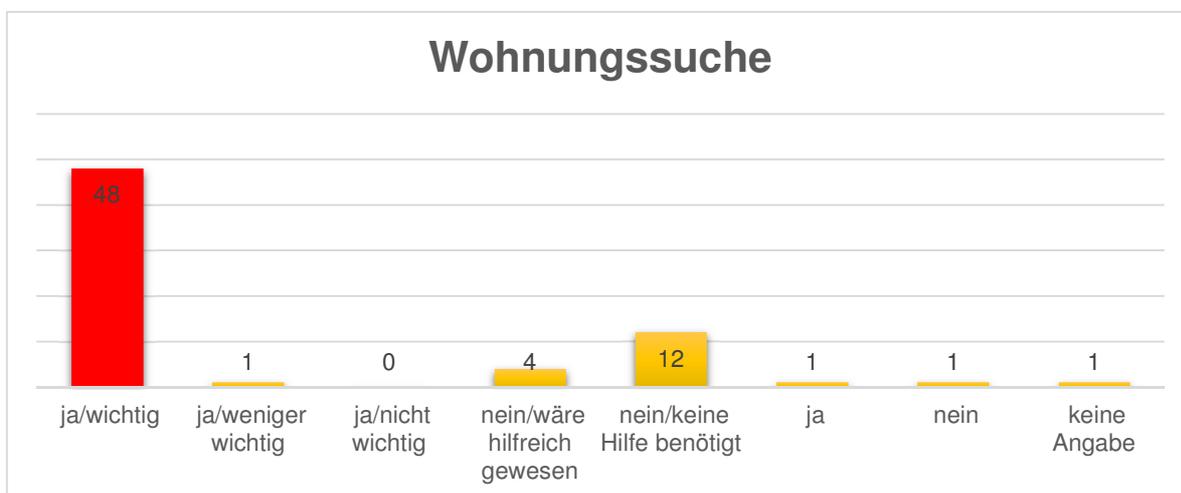
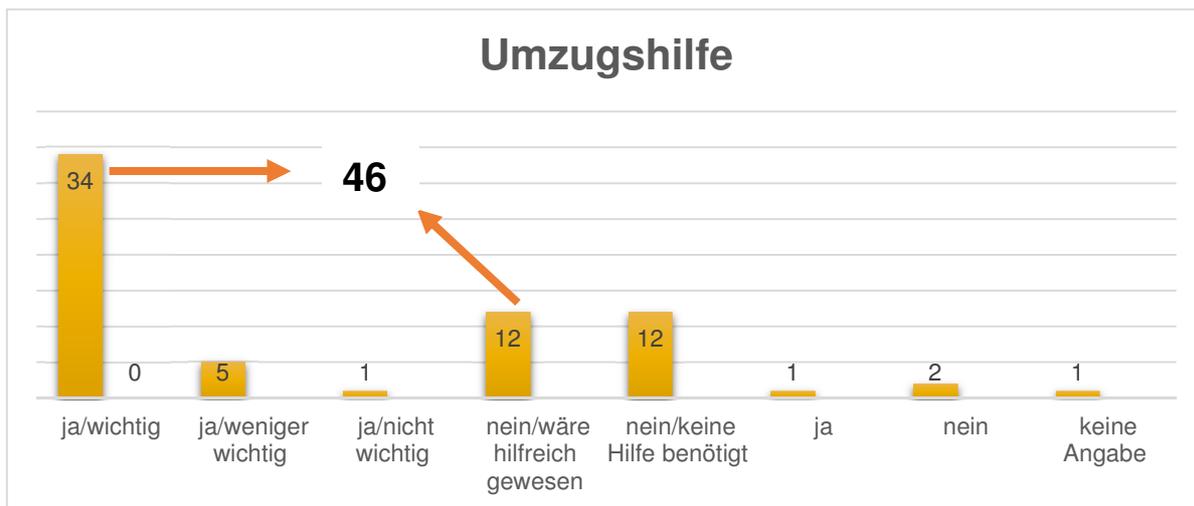


Die folgenden Diagramme zeigen den aktuellen Wohnort der Befragten, wie auch die Verteilung pro Landkreis.

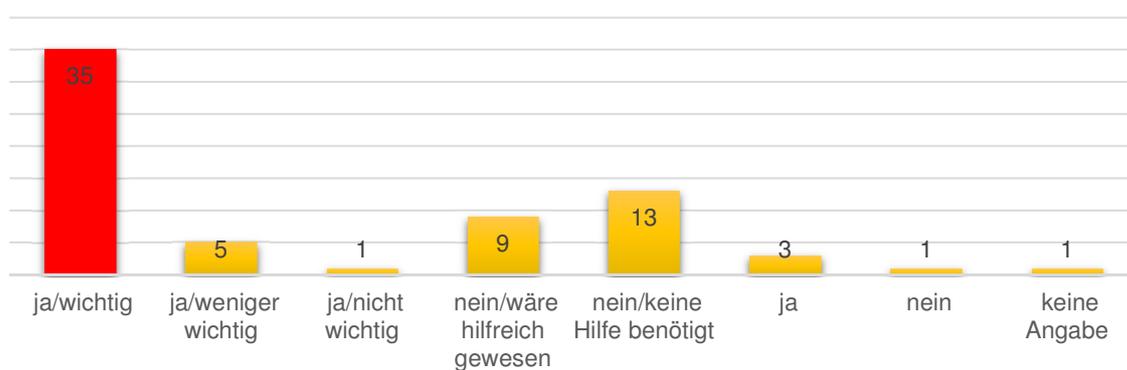


Bei der Ortsverteilung zeigt sich, dass fast die Hälfte der Befragten (31 Personen) in Furtwangen wohnen. Dies kommt daher, dass die 33 Befragte an der Hochschule Furtwangen University studieren und diese daher zum größten Teil auch in Furtwangen wohnen.

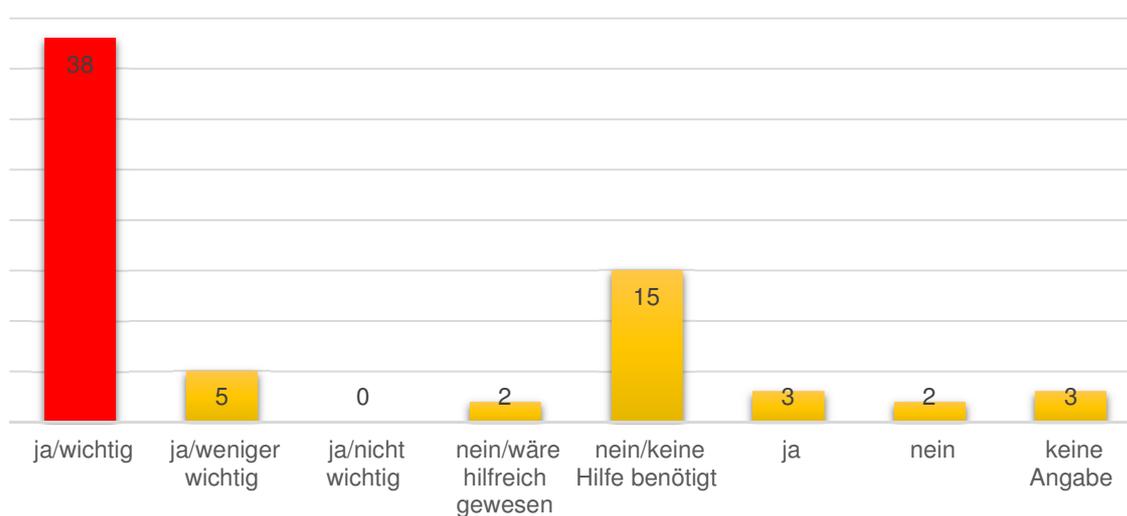
Im Folgenden werden die Ergebnisse zum Thema Willkommenskultur dargestellt. Hierbei konnten die Zuwanderer auswählen, wie ihr Arbeitgeber oder ihre Hochschule sie bei ihrer Ankunft unterstützt hat und beurteilen, wie wichtig die Hilfe für sie war.



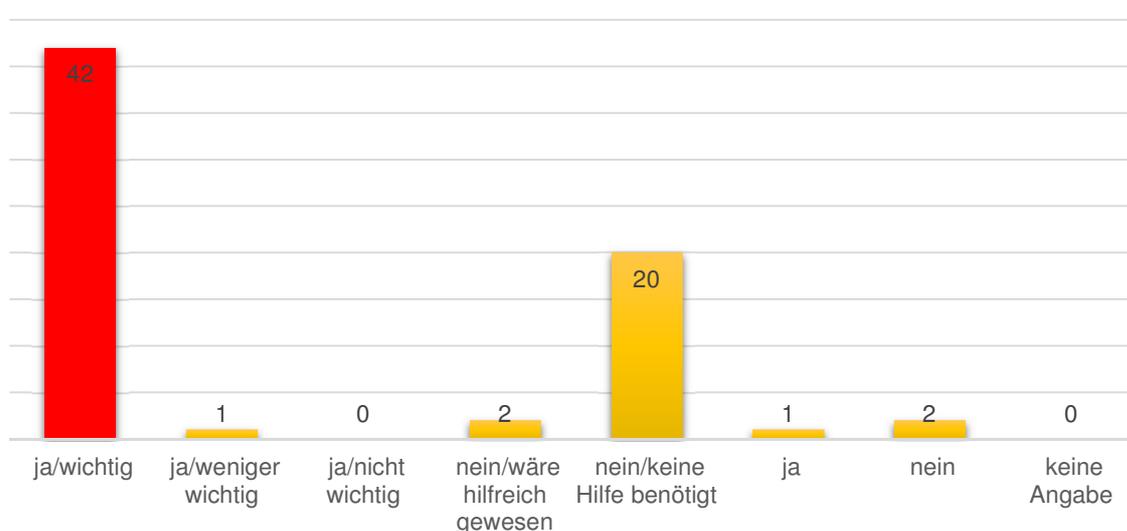
Informationen z.B. über Versicherung / Ärzte / Behörden

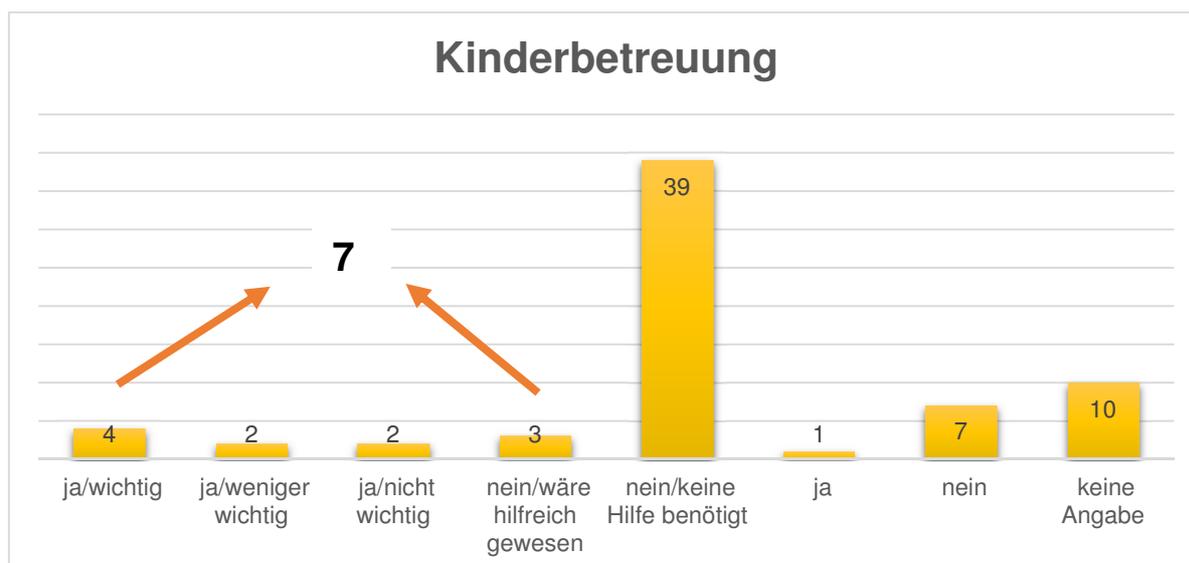


Persönlicher Ansprechpartner



Sprachkurs





Es zeigt sich, dass vor allem die Angebote „Umzugshilfe“, „Wohnungssuche“, „Informationen z.B. über Versicherungen/Ärzte/Behörden“, „Persönlicher Ansprechpartner“ und „Sprachkurs“ von den Befragten als wichtig eingestuft wurden. Diese Angebote ihnen aber auch meist von dem Arbeitgeber/der Hochschule angeboten wurden.

Das Angebot „Kinderbetreuung“ wurde zwar nur von 4 Zuwanderern als wichtig eingestuft, allerdings haben nur 18% der Befragten Kinder. Da 4 Zuwandere die Kinderbetreuung als „wichtig“ eingestuft haben und 3 als „wäre hilfreich gewesen“, kann auch bei der Kinderbetreuung als wichtiges Angebot für Zuwanderer mit Kindern gesprochen werden.

Auch die „Arbeitssuche für den Partner“ wurde allgemein mit 32 Stimmen mit „keine Hilfe benötigt“ beurteilt. Allerdings kamen nur 15 Personen mit (Ehe-)Partner in die Region. 11 Personen beurteilen die „Arbeitssuche für den Partner“ mit ja/wichtig und weitere 6 Personen mit nein/wäre hilfreich gewesen. Das zeigt, dass die Arbeitssuche für den Partner für die Personen, die nicht alleine in die Region ziehen, wichtig ist.

Die Option, eine weitere Unterstützung anzugeben und zu beurteilen wurde von keiner der befragten Personen wahrgenommen.

3.3 Gründe des Umzugs

Der nächste Themenblock zeigt die Ergebnisse zu den Gründen des Umzuges und die Integration in die neue Region.

Das folgende Diagramm stellt nun aber zuerst dar, was den Befragten an einem Wohnort generell wichtig ist.



Hierbei zeigt sich sehr deutlich, dass die Nähe der Wohnung zum Arbeitsplatz von knapp 75% aller Befragten als wichtig eingestuft wird.

Gefolgt, von den Einkaufsmöglichkeiten (Lebensmitteln), der Verkehrsanbindung, den öffentlichen Verkehrsmitteln und der passenden Wohnung/Immobilie. Es wird deutlich, dass für die meisten Befragten die Nähe der Wohnung zum Arbeitsplatz/zur Hochschule **Lebensqualität** darstellt. Auch die Verkehrsanbindung und die Einkaufsmöglichkeiten zählen hierbei als wichtig. Dadurch zeigt sich, dass die Dinge, die den Alltag erleichtern (kurze Strecken z.B. zum Arbeiten, Einkaufen...) den befragten Personen an einem Wohnort am wichtigsten sind. Die Freizeitgestaltung am Wohnort ist nur 1/3 wichtig, also nur zweitrangig bei der Wohnortwahl. Im Anhang auf Seite 33 die Auswertung zu den Ergebnissen „Was ist Ihnen an einem Wohnort allgemein wichtig?“, nur auf die arbeitenden Befragten bezogen.

Bei der Option „Anderes“ wurden folgende 3 Punkte erwähnt:

- that the local people are open to foreigners [Dass die Einheimischen offen/aufgeschlossen gegenüber Ausländern/Zuwanderern sind]
- nette, aufgeschlossene Menschen
- sports [Sportangebot]

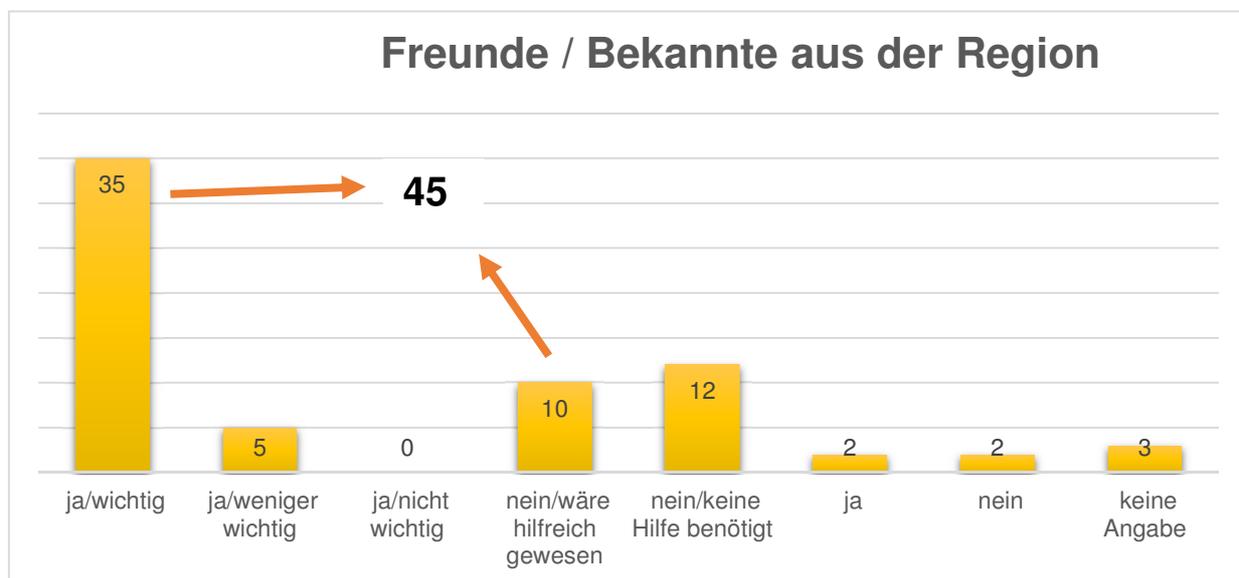
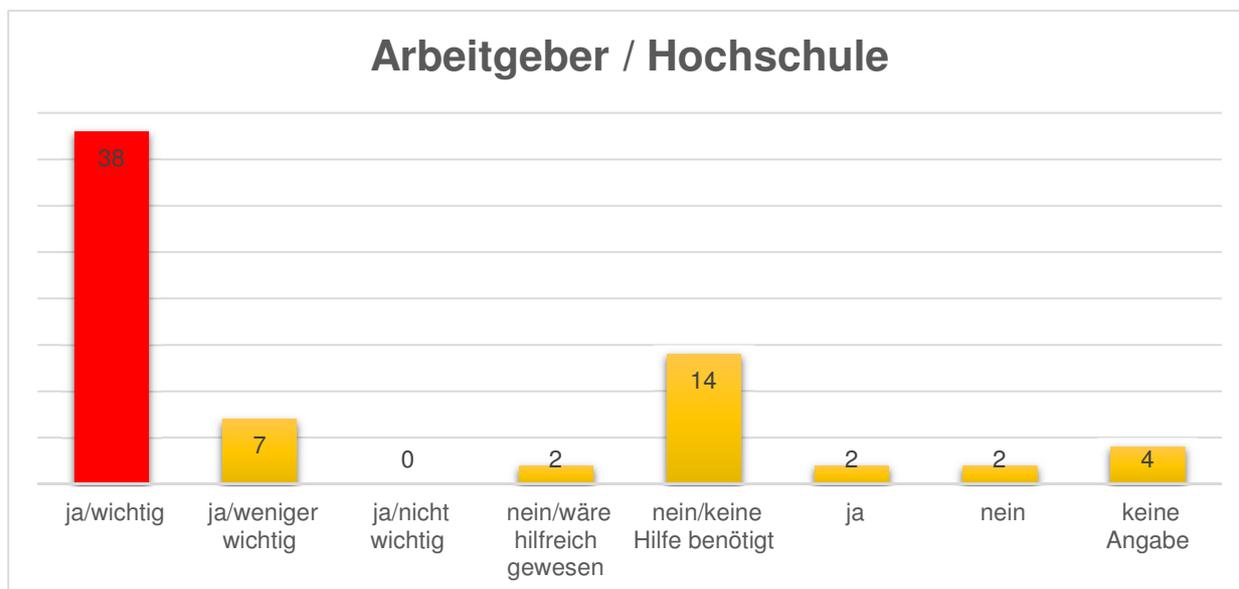
Das folgende Diagramm stellt dar, wieso die Befragten in die Region gezogen sind:

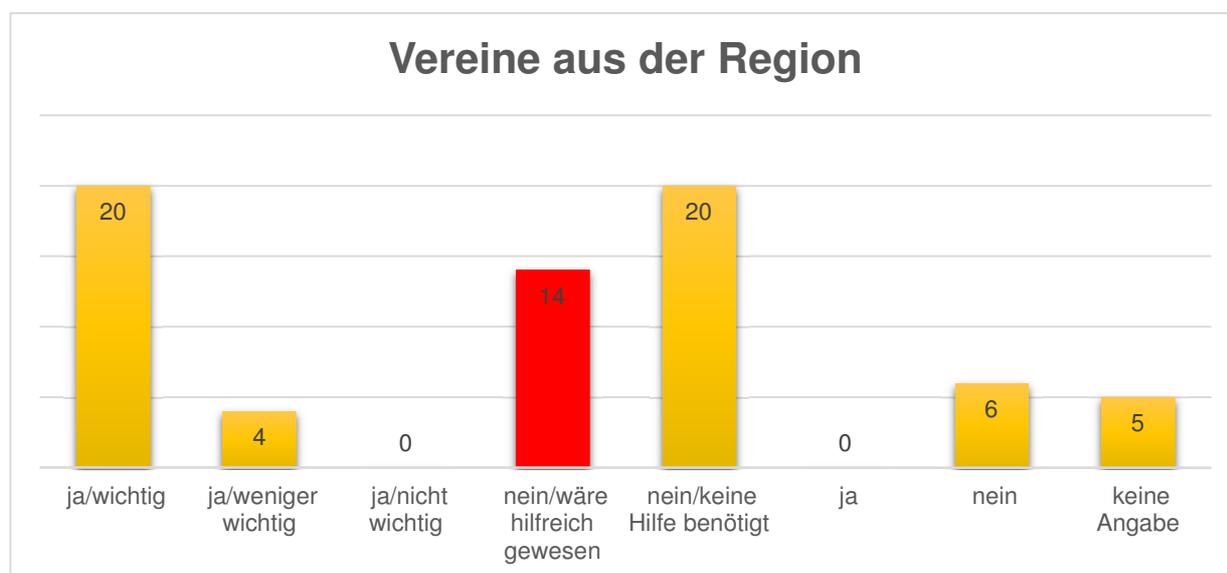
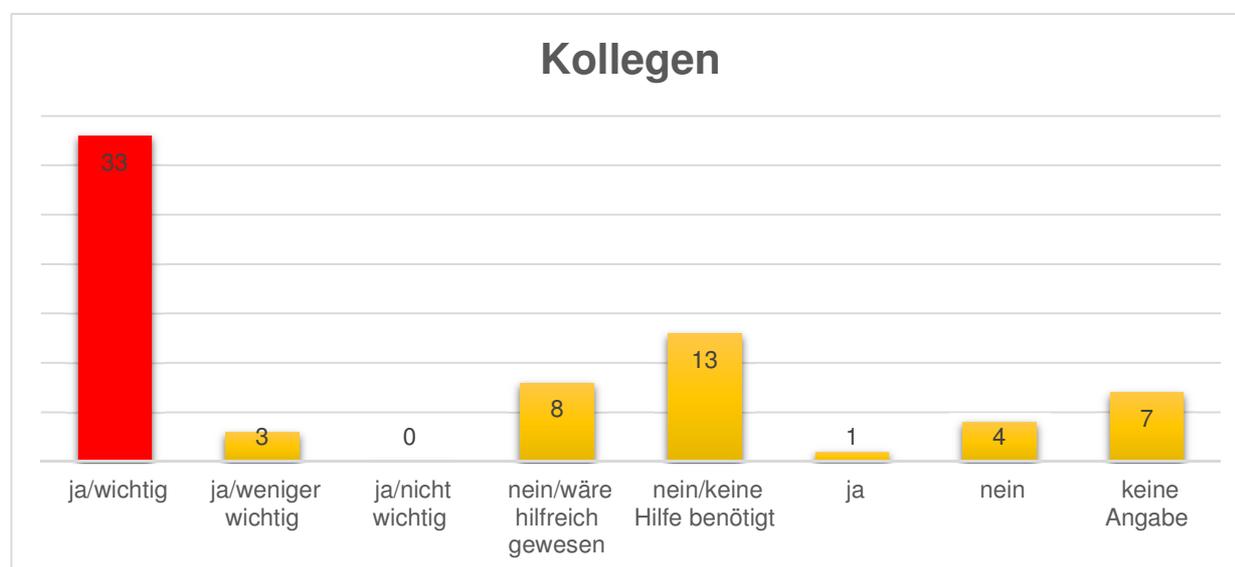
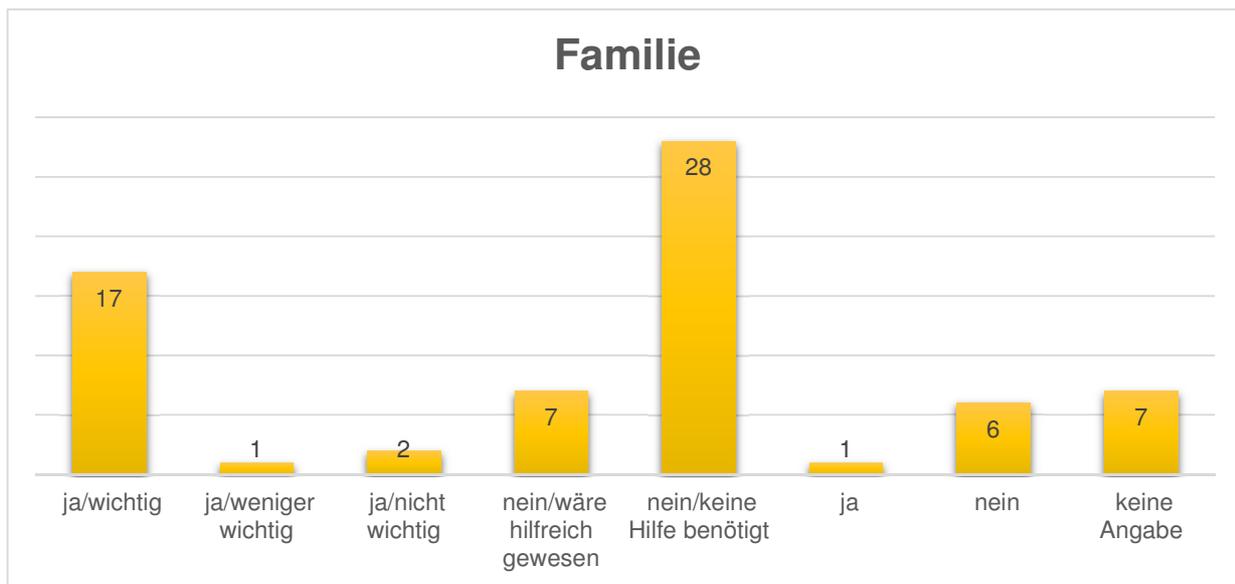


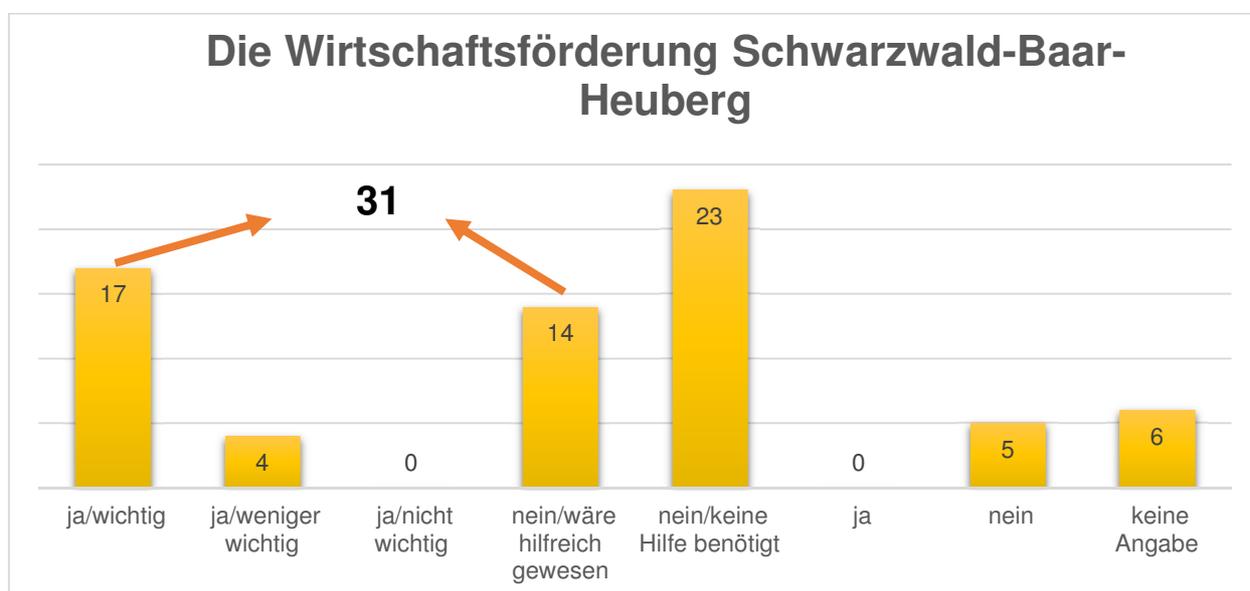
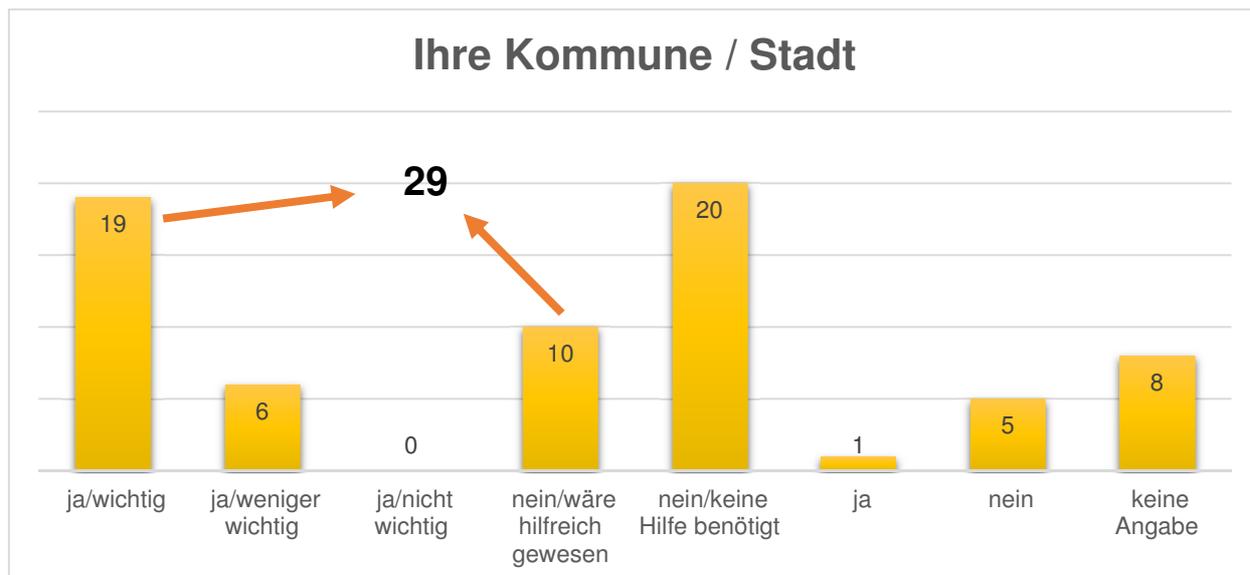
Es zeigt sich deutlich, dass der Umzug in die Region zum größten Teil mit dem Studium oder der Arbeit begründet wird.

Als „Anderes“ wurden genannt: Praktikum, intern work und Praxissemester.

Nun sollen die Ergebnisse zur **Integration** aufgezeigt werden. Hier konnten die Befragten angeben, wer ihnen bei der Integration geholfen hat und beurteilen, wie wichtig die Hilfe für sie war. Eingewöhnung/Integration wurde hierbei definiert als Hilfe z.B. bei Behördengängen, Ortsführungen, Deutschkursvermittlung etc.







Es bestand zudem die Möglichkeit, noch weitere Angebote zu nennen und diese einzuordnen. Hierbei gab es 4 Angaben:

- Online help /tour → wäre hilfreich gewesen
- Vermieterin → wichtig
- Research done on my own → wichtig
- Deutschkursvermittlung → wichtig

Die Auswertung zeigt, dass vor allem die Hochschule/der Arbeitgeber, die Freunde/Bekannte aus der Region und die Kollegen bei der Integration eine wichtige Rolle spielen.

Die Kommune/Stadt, die Wirtschaftsförderung Schwarzwald-Baar-Heuberg und die Vereine wurden zudem als „wichtig“ oder „die Hilfe wäre für die Integration hilfreich gewesen“ eingestuft.

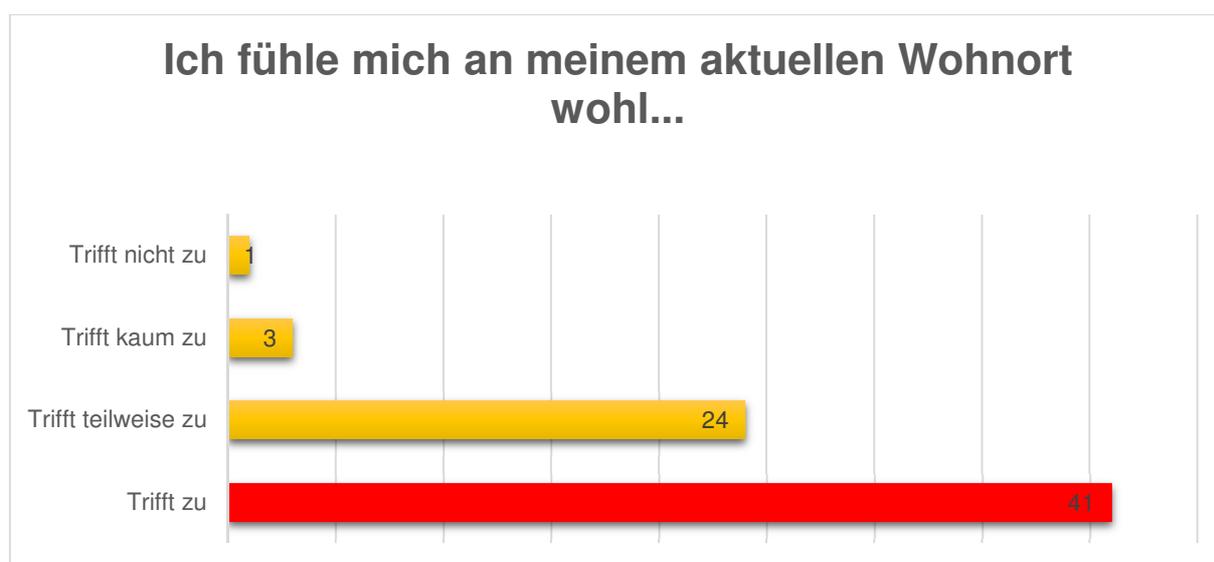
Im nächsten Punkt zeigt sich, welche Unterstützung sich die befragten Personen noch gewünscht hätten. Hier gaben 35% an, dass sie keine weitere Hilfe benötigen haben und 46% ließen die Frage unbeantwortet. Von den 19%, die sich weitere Hilfe gewünscht haben, kamen unter anderem folgende Vorschläge:

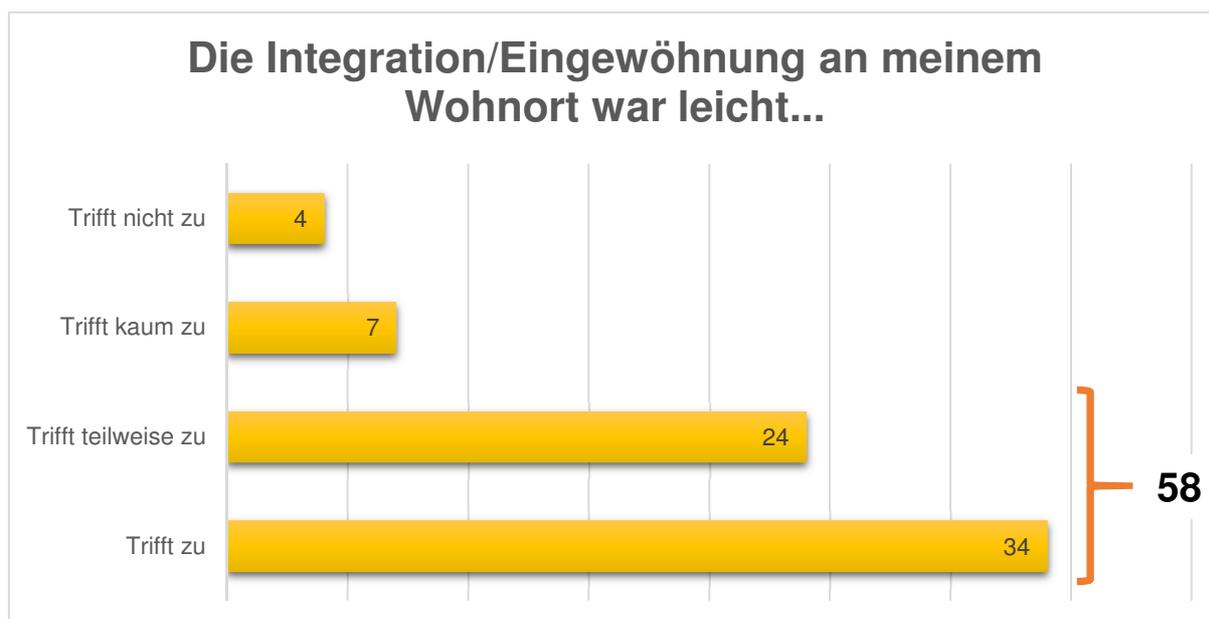
- Rathaus, Krankenkasse, Bank
- Ich habe nichts dazu zu sagen. Besser unmöglich!
- Mehr Freundlichkeit auf den Ausländeramt (sehr unfreundlich)
- [...]

Weitere Vorschläge siehe Anhang Seite 30.

3.4 Wünsche an die Region

Der nächste Fragenblock beschäftigt sich mit den Wünschen der Zuwanderer an die Gewinnerregion. Hier soll geklärt werden, ob sich die befragten Personen in der Region wohl fühlen und ob die Integration leicht/schwer war. Danach können verschiedene Angebote der Region beurteilt werden mit: „ausreichend“, „wünsche mir mehr/besseres Angebot“ oder „nutze ich nicht/nicht wichtig.“



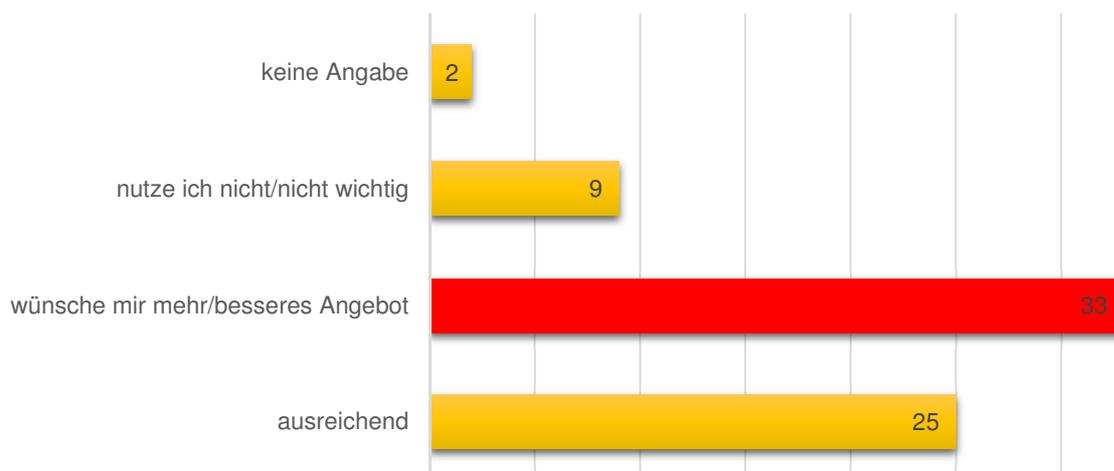


Es zeigt sich deutlich, dass sich der größte Teil der Befragten an ihrem aktuellen Wohnort wohl fühlen und sie die Integration an den neuen Wohnort zudem als „war leicht“ einordnen. Es zeigt sich allerdings auch, dass trotzdem noch Handlungsbedarf bei der Integration notwendig ist.

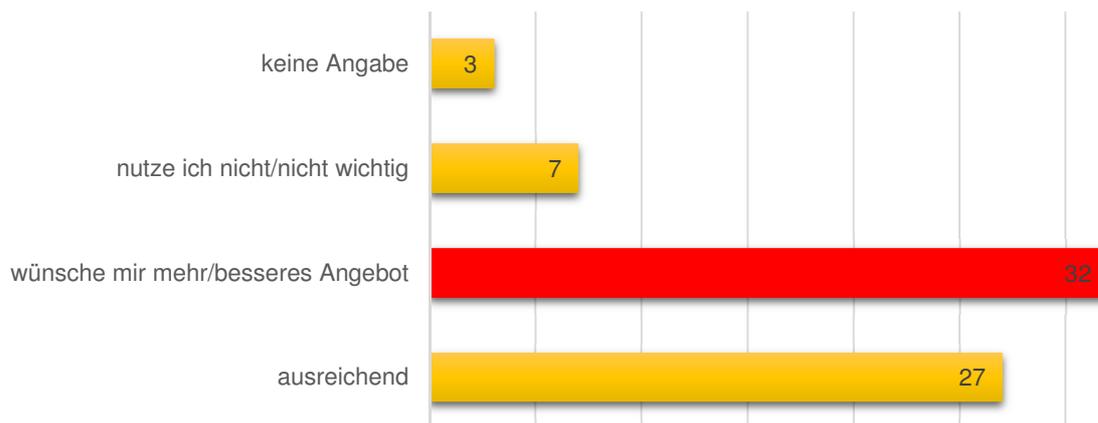
Nun folgt die Bewertung der Angebote in der Region:



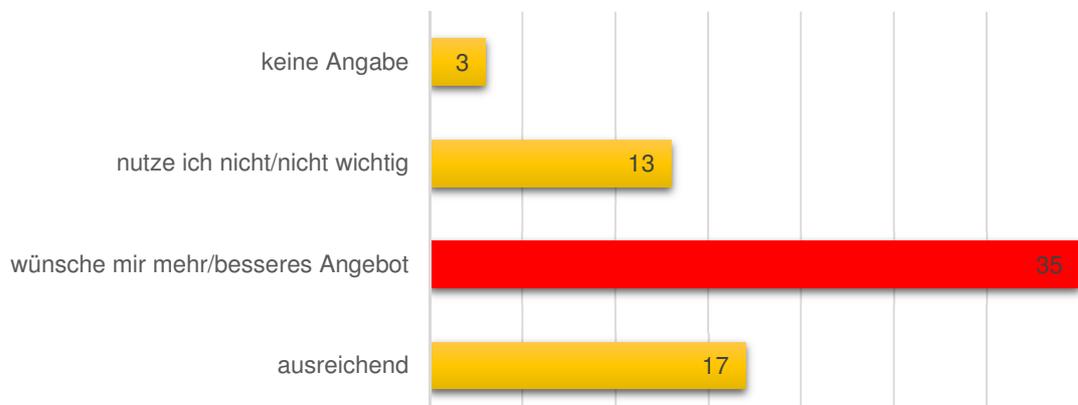
Sporteinrichtungen/Hallen-/Freibad

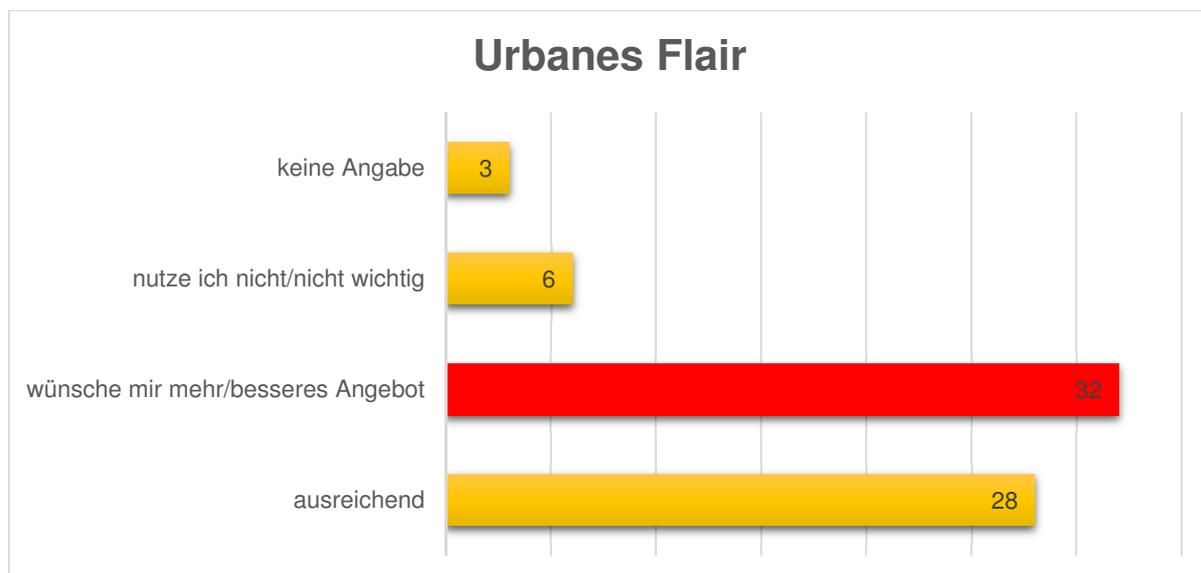
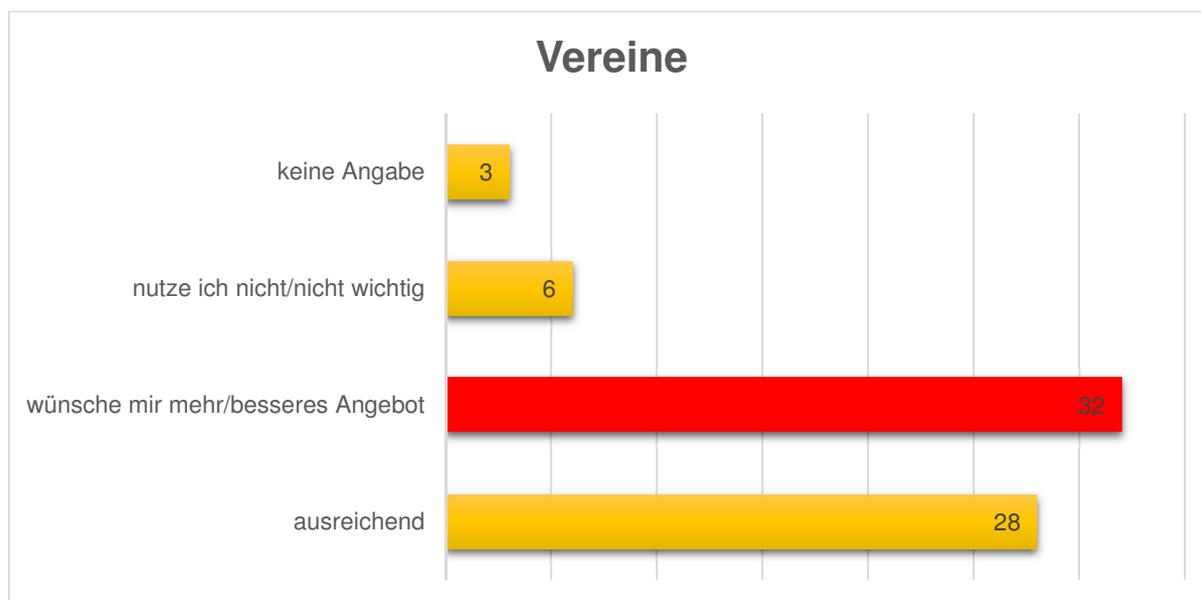
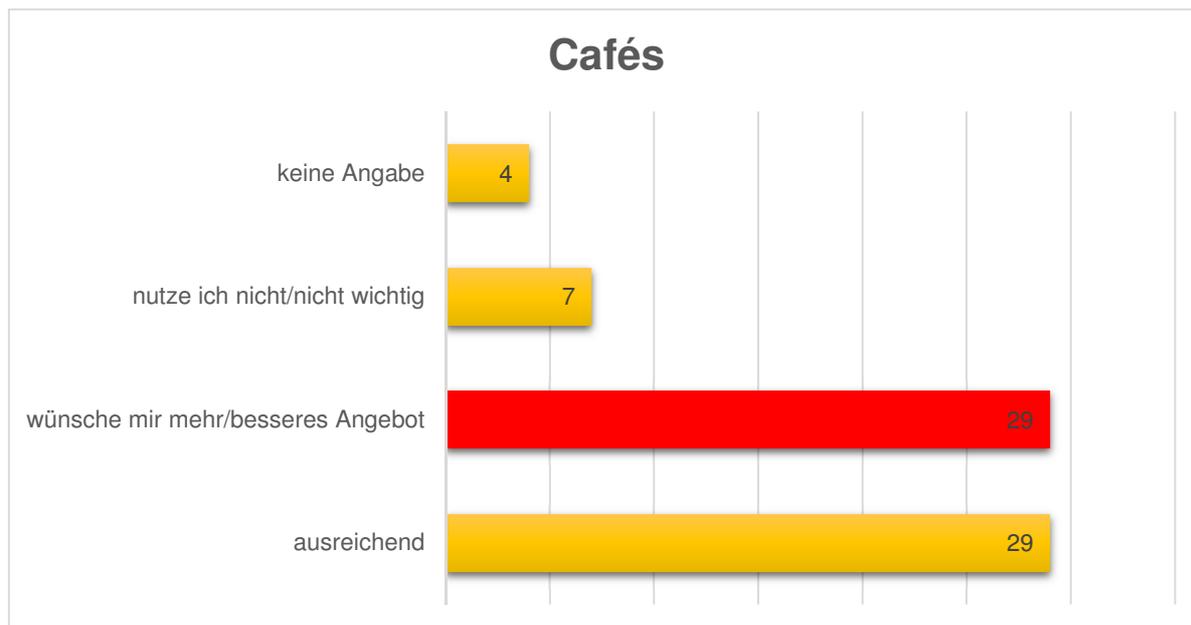


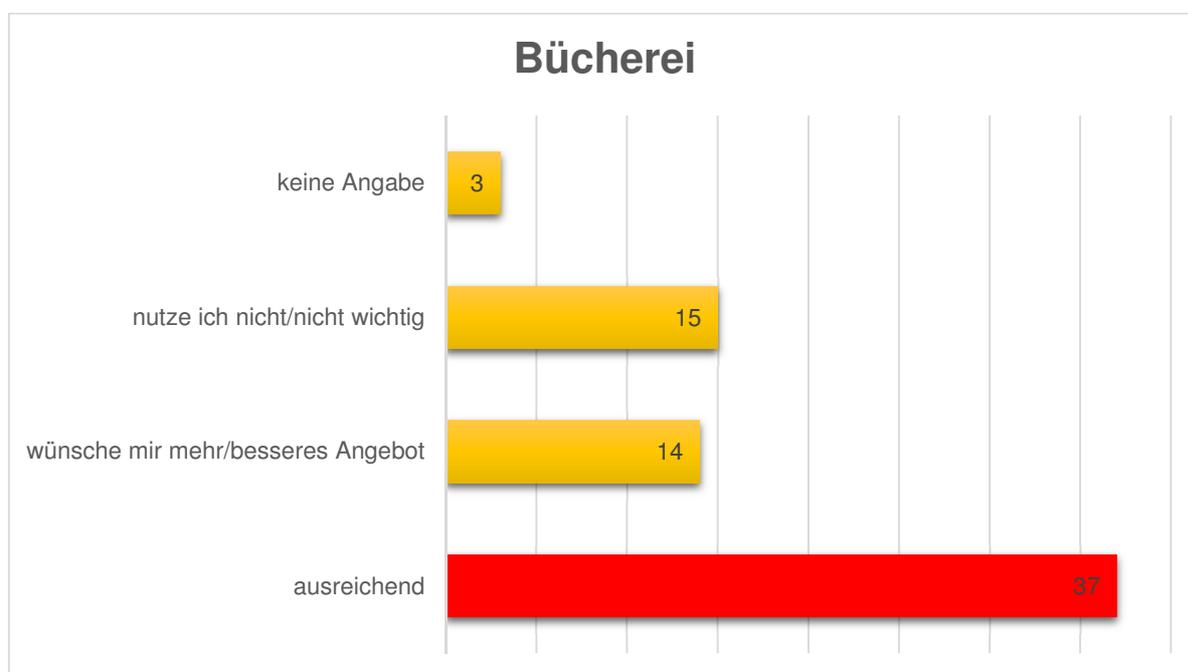
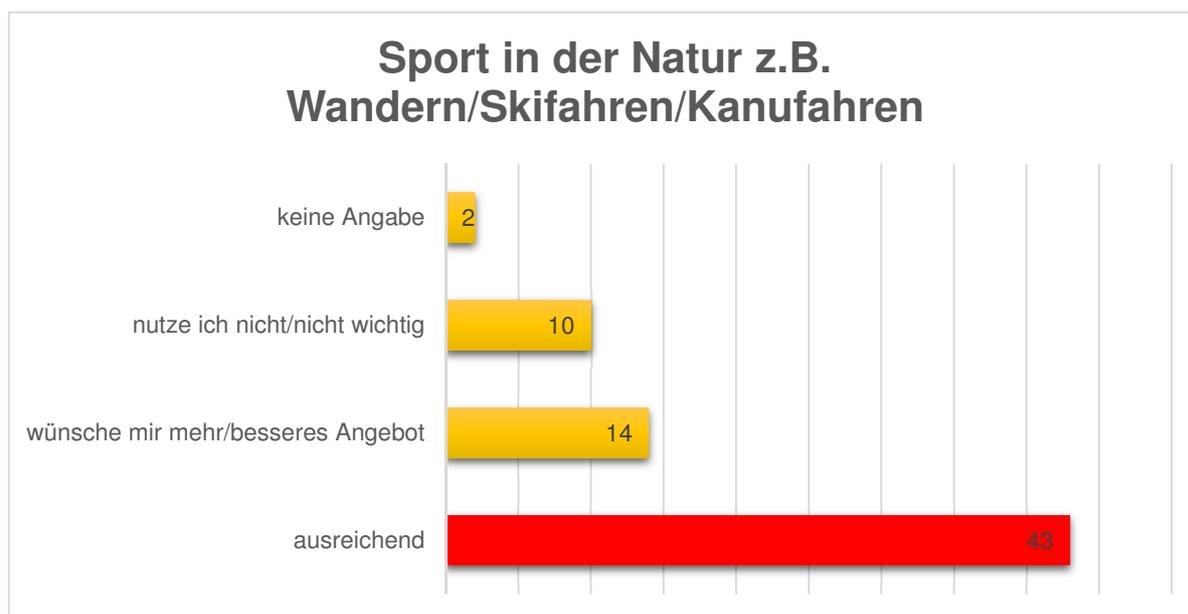
Kulturelles Angebot



Ausgehmöglichkeiten Diskotheken/Clubs/Kneipen







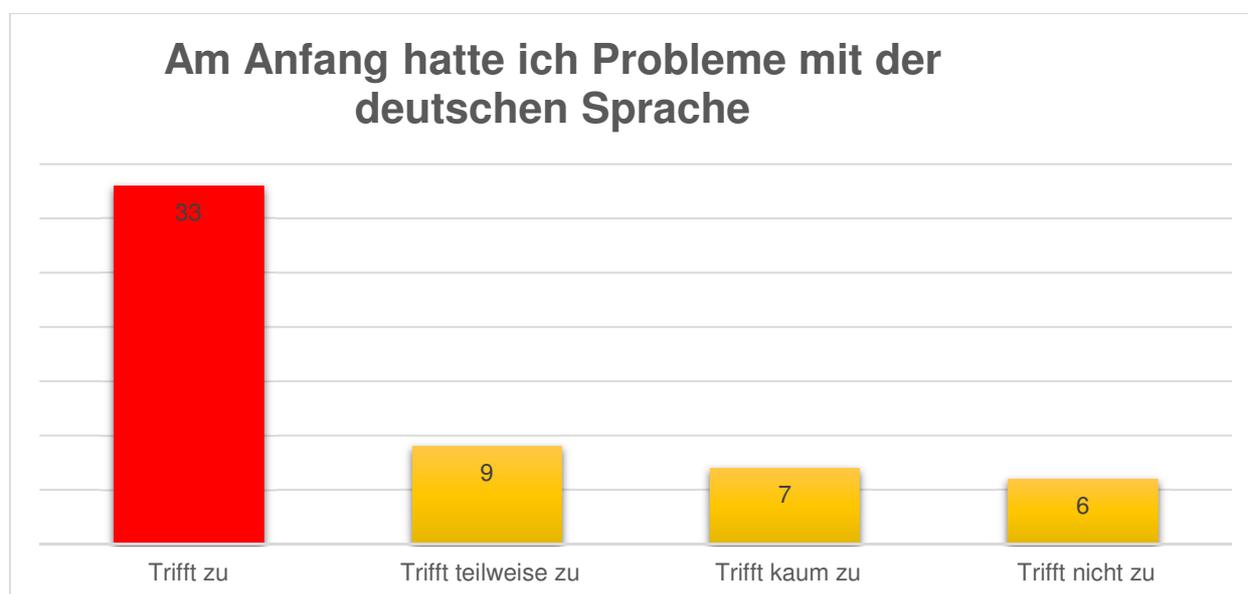
Es gab zudem die Möglichkeit, im Rahmen einer offenen Frage in einem freien Textfeld weitere Angebote einzutragen und zu beurteilen. Vor allem öffentliche Verkehrsmittel und Öffnungszeiten wurden hier mit „wünsche mir mehr/besseres Angebot“ beurteilt. Weitere Vorschläge der Zuzügler im Anhang auf Seite 31.

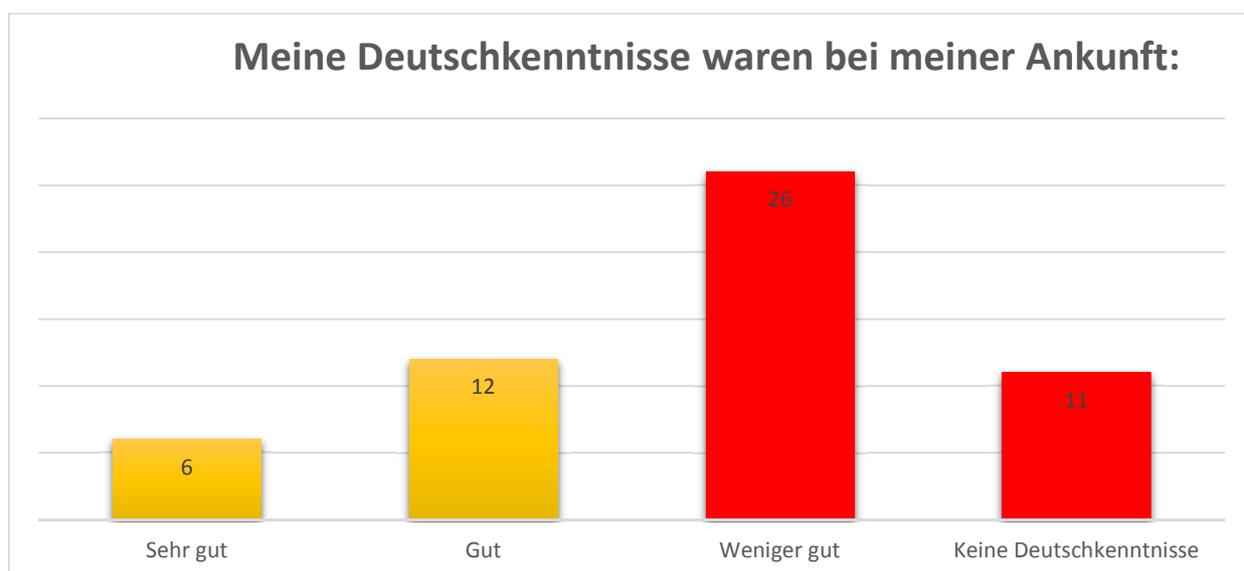
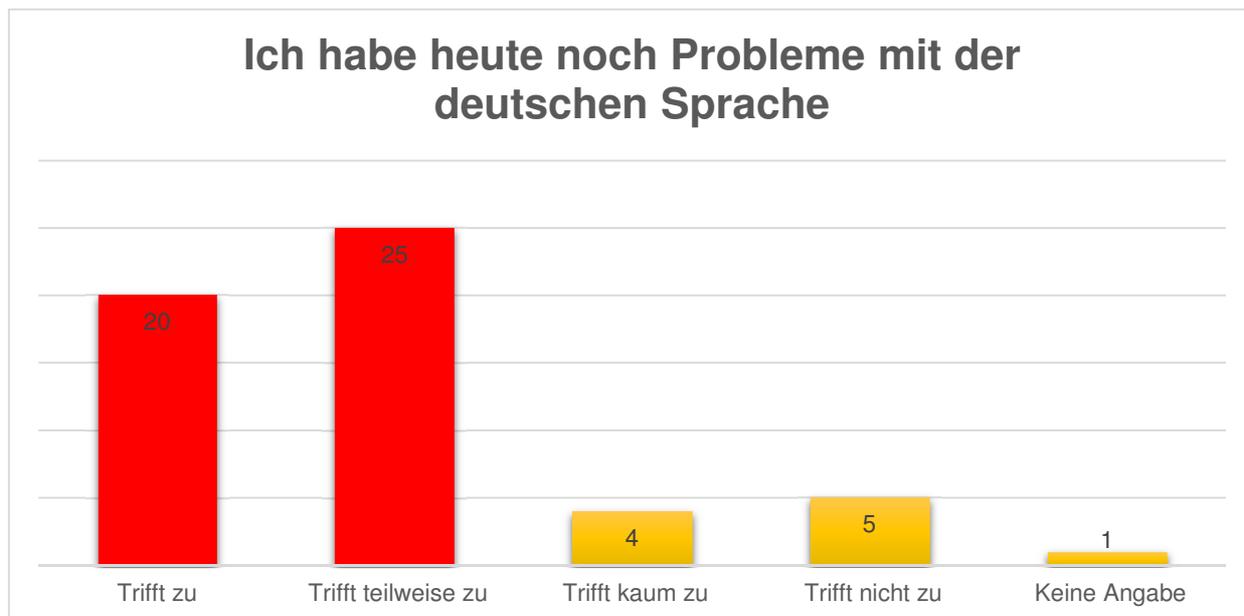
Die Ergebnisse zeigen, dass ein großer Teil der Befragten die Angebote Restaurants, Sporteinrichtungen/Hallen-/Freibad, kulturelles Angebot, Ausgehmöglichkeiten als ausbaufähig begutachten. Sport in der Natur sowie Bücherei werden hauptsächlich als ausreichend beschrieben. Bei den Cafés, Vereinen und dem urbanen Flair schwanken die Ergebnisse zu fast gleichen Teilen zwischen „ausreichend“ und „wünsche mir mehr/besseres Angebot“.

3.5 Integration und Sprachkenntnisse

Nun soll der letzte Themenblock der Umfrage analysiert werden. Hierbei dreht sich alles um die Integration und die Sprachkenntnisse der Befragten. Zudem befasst sich die letzte Frage mit den Zukunftsplänen der Zuwanderer.

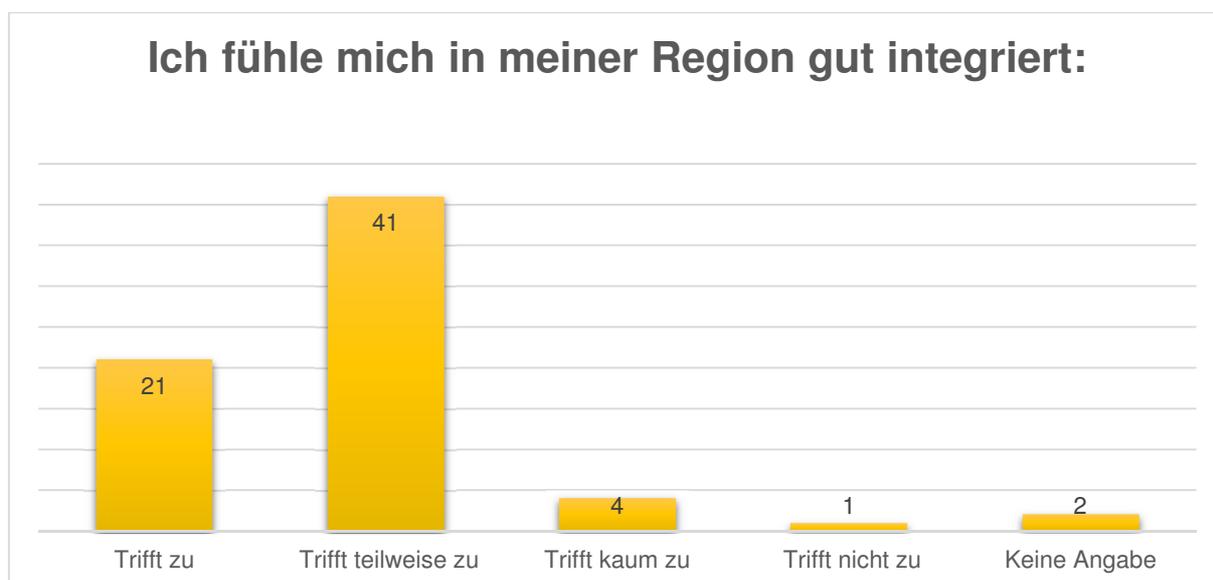
Von 69 Befragten sind 22% deutsche Muttersprachler. Die folgenden Diagramme über die Sprachkenntnisse beziehen sich nur auf die 78% der Befragten, deren Muttersprache nicht Deutsch ist.



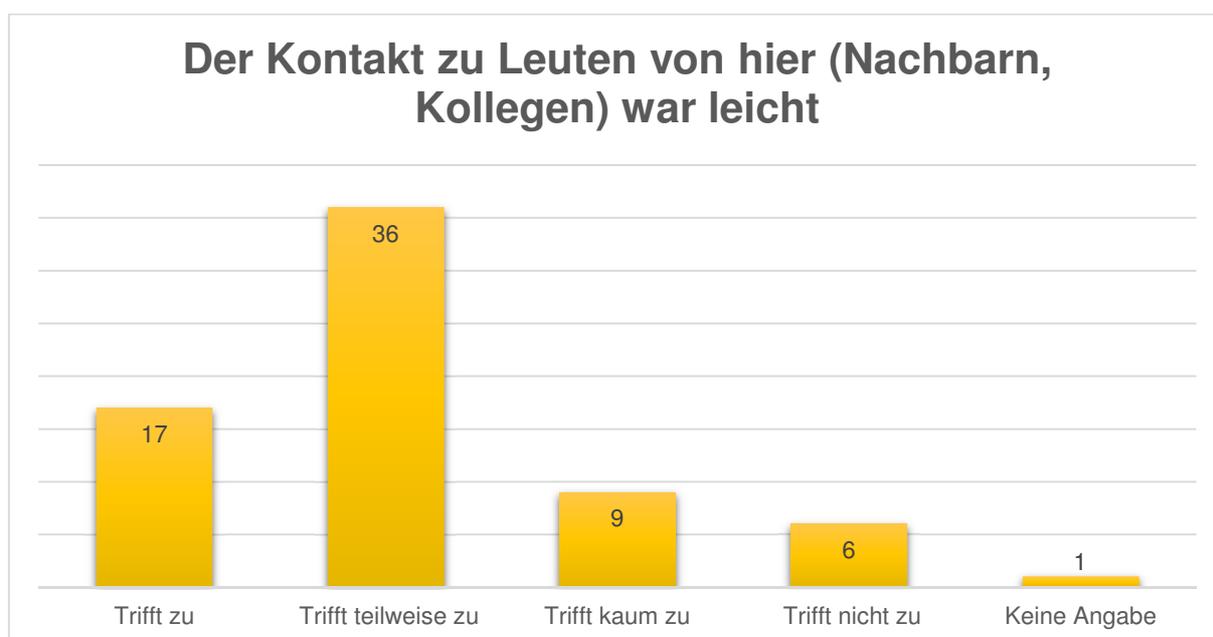


37 von 55 Befragten hatten bei ihrer Ankunft gar keine Deutschkenntnisse oder stufen ihre Kenntnisse als weniger gut ein. So hatten auch 42 Personen zu Beginn Probleme oder teilweise Probleme mit der deutschen Sprache. Und 45 Befragte geben an, dass sie auch heute noch Probleme mit der Sprache haben.

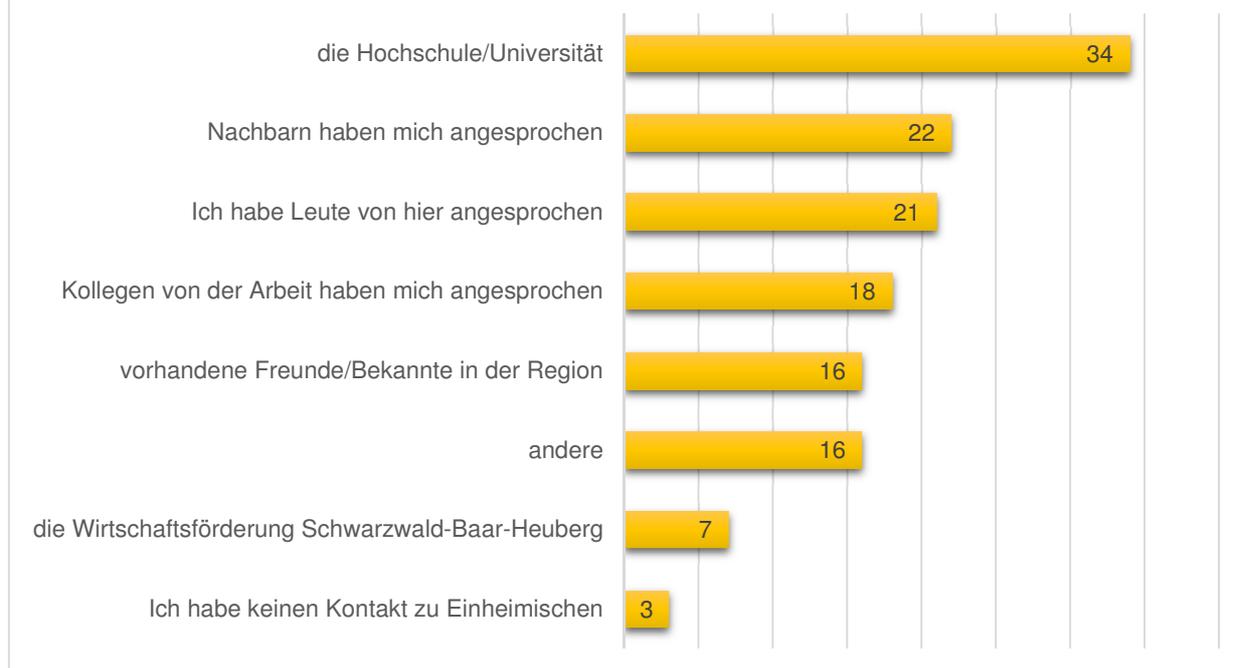
Die folgenden Diagramme geben Auskunft über die Integration aller befragten Personen.



62 Personen gaben an, dass sie sich in der Region gut integriert fühlen. Zudem gaben 53 Personen an, dass der Kontakt zu Leuten aus der Region ihnen meist leicht fiel (trifft zu/trifft teilweise zu). Auch hier zeigt sich eine positive Tendenz, allerdings wird auch wieder deutlich, dass bei der **Integration** noch weiterhin Handlungsbedarf besteht.



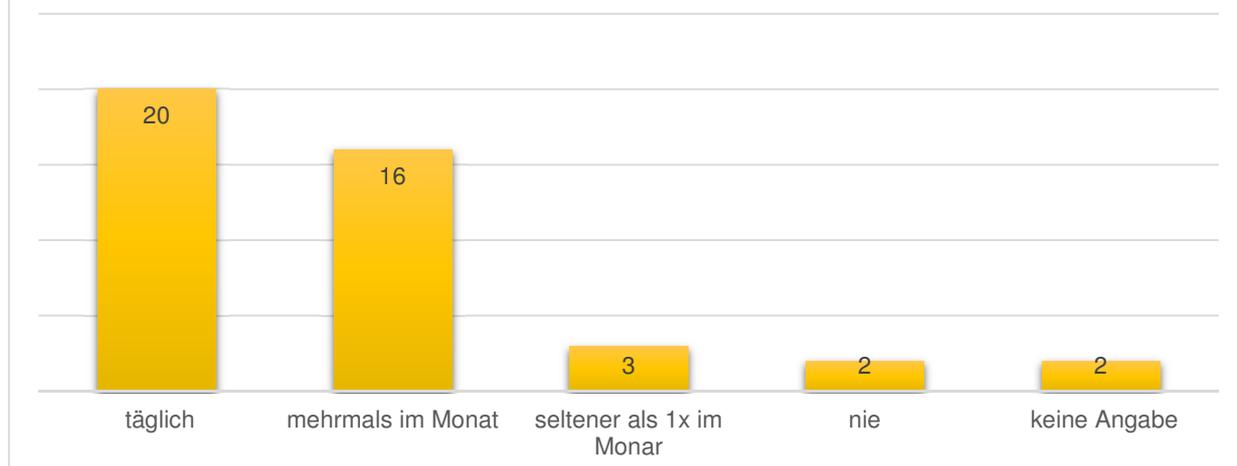
Der Kontakt zu Leuten von hier kam über...



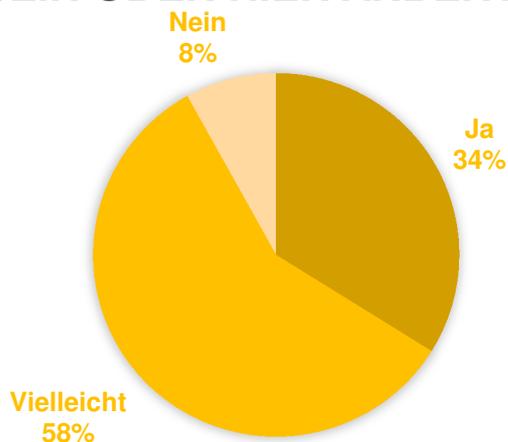
Als "andere" wurden zudem genannt:

- Sprachkurs
- Facebook
- Vermieter
- Spanische Kollegen
- Societies
- Primary school of my kids
- Meinen Lebensgefährten aus der Region

Wie oft haben Sie in Ihrer Freizeit intensiven Kontakt zu Leuten von hier/Deutschen?



ICH WILL IN 5 JAHREN NOCH HIER SEIN ODER HIER ARBEITEN.

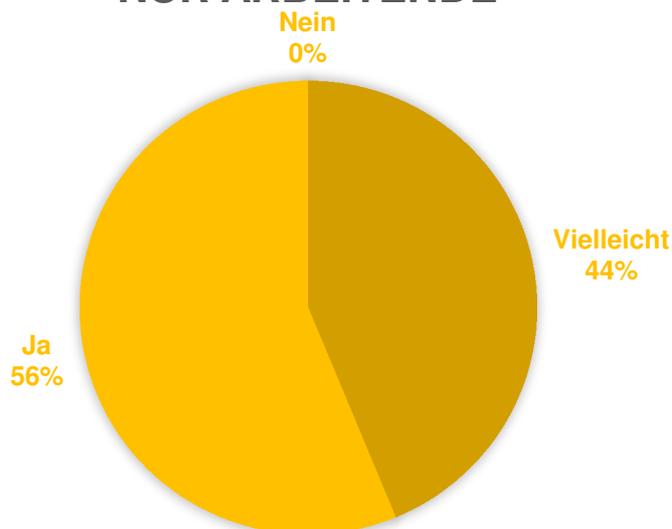


Die Ergebnisse zeigen, dass 34% auch noch in 5 Jahren in der Region arbeiten wollen. 58 sind sich noch nicht sicher und haben „vielleicht“ angegeben. Nur 8% schließen aus, dass sie noch in 5 Jahren in der Gewinnerregion sein werden.

Zudem wird sichtbar, dass die Mehrheit der Befragten mehrmals die Woche in Kontakt zu Leuten aus der Region steht. Der Kontakt kam meist zustande durch die Hochschule, über Nachbarn, Kollegen oder das Ansprechen von Personen.

Wenn man bei der Frage: „Wollen Sie in 5 Jahren noch in der Region sein oder hier arbeiten?“ sich nur die Angaben der arbeitenden Personen ansieht, zeigt sich ein positiveres Zukunftsbild. 56% geben an, dass sie in 5 Jahren noch hier sein wollen, 44% vielleicht und 0% schließen dies aus.

NUR ARBEITENDE



4. Fazit

Die Befragung hat gezeigt, dass rund 2/3 der Befragten alleine in die Region gezogen sind. Nur wenige kamen mit Partner oder mit Kind. Das kann daran liegen, dass 77% der Befragten ledig und 58% zwischen 20 und 30 Jahren alt waren.

Die Wünsche an den Arbeitgeber/die Hochschule waren klar definiert: Wohnungssuche, Informationen über Ärzte/Versicherung/Behörden, Persönlicher Ansprechpartner und Sprachkurs wurden generell als wichtig eingestuft. Die Arbeitssuche für den Partner, sowie die Kinderbetreuung wurden nur von wenigen als wichtig beurteilt. Dies zeigt allerdings auch, dass diese Angebote für diejenigen, die sie betreffen, wichtig und noch ausbaufähig sind.

Lebensqualität ist für 50 befragte Personen, wenn ihr Wohnort nahe an ihrem Arbeitsplatz liegt. Dicht gefolgt von Einkaufsmöglichkeiten im Ort und den Verkehrsanbindungen. Dieses Ergebnis zeigt, dass vor allem Dinge, die den Alltag erleichtern, bei der Wohnortwahl im Fokus der Befragten stehen. Freizeitaktivitäten sind hierbei zweitrangig. Urbanes Umfeld wurde nur von 10 Personen als „wichtig“ angegeben. Die Wohnortwahl erfolgt bei den befragten Zuzügler daher eher nach alltagserleichternden Kriterien und vor allem die Wohnung/Immobilie zeigt sich mit knapp 75% als wichtigstes Kriterium.

Zudem wurde die Integration in die Region von den meisten Befragten positiv bewertet. Die meisten fühlen sich an ihrem neuen Wohnort wohl. Hier zeigt sich zwar generell eine positive Bilanz, die Integration der Zuzügler ist allerdings stets noch verbesserungsfähig.

Bei der Beurteilung der Angebote in der Region wurde deutlich, dass quasi alle angegebenen Angebote von jeweils der Hälfte der Befragten als verbesserungswürdig angegeben werden. Hierzu zählen: Restaurants, Cafés, urbanes Umfeld, kulturelles Angebot, Ausgelmöglichkeiten etc. Nur die Sportmöglichkeiten in der Natur wurden zum größten Teil positiv und mit ausreichend bewertet.

Die Ergebnisse zeigen die Wünsche der Befragten an die Gewinnerregion auf. Hier zeigt sich, in welchen Bereichen noch Handlungsbedarf besteht. Daher ist eine weitere Projektphase mit der Ausarbeitung von Handlungsempfehlungen sinnvoll, um die erzielten Ergebnisse in einem weiteren Schritt umzusetzen.

Quellenverzeichnis

Bleich, Tobias/ Mitlacher, Lars: Abschlussbericht zum Projekt „Gewinnung und Bindung von Neubürgern in der Region Schwarzwald-Baar-Heuberg. DHBW-VS, November 2012.

Bündnis Fachkräfteallianz Gewinnerregion. Villingen Schwenningen, September 2013.

Anhang

Frage: Hätten Sie weitere Hilfe benötigt?

Antworten:

- Assistance for students moving here the first time to move luggage which is very heavy from University office to place of accomodation which is on hills. [Unterstützung für die Studierende beim Tragen des schweren Gepäcks, von der Universität zu den Unterbringungen, welche auf einem Berg liegen.]
- Can be aided by online help, maps opening hours. [Kann gefördert werden mit online Hilfe, Karten, Öffnungszeiten]
- Assistance to find good prices or benefits as student such as discounts on bus card or other. Part time job information. [Unterstützung um gute Preise oder Angebote/Rabatte zu finden, z.B. auf Bustickets. Nebenjob Informationen.]
- student estate agency which has a database of all available accomodation [Studentensekretariat, das eine Datenbank mit allen freien Unterkünften hat]
- who can speak turkish [Jemand, der türkisch spricht]
- mehr Integration im beruflichen Umfeld/zu Kollegen - teilweise sehr distanziertes Verhältnis zu Fremden/Auswärtigen
- The people in general in this area should be more open and helpful with foreigner and the authorities should be able to communicate at least in English. [Die Personen in dieser Region sollten offener und hilfsbereiter gegenüber Ausländer/Zuwanderer sein. Die Ämter sollten mindestens in der Lage dazu sein auf Englisch zu kommunizieren.]

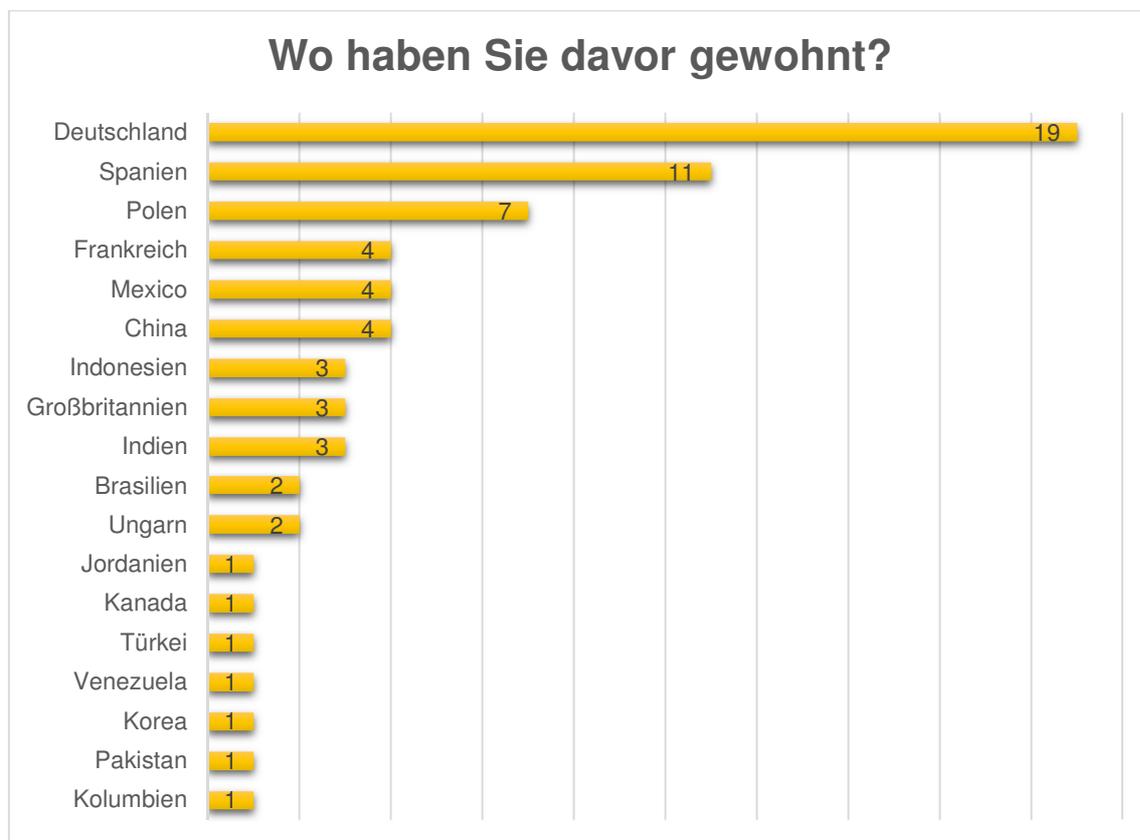
- More help and information regarding dealing with the authorities. International club to meet more people [Mehr Hilfe und Informationen bezüglich der Abwicklungen mit Ämtern. Internationaler Club um mehr Leute kennen zu lernen.]
- Einfach aufgeschlossene Menschen. Dann ist Deutsch-Schwäbisch eine Hürde.
- It would have been helpful to have some sort of a complete guide that clearly mentions what are the procedures that a foreigner must know/go through and how/where to do them; because there are many things that are obviously common/normal for local people, so they underestimate/forget to inform foreigners about them. For example: GEMA, Müll rules (which are different in each town), that when you rent an apartment the kitchen is normally not included, Church taxes, how the insurance works, etc. [Es wäre hilfreich gewesen eine Art Führer zu haben, welcher auflistet was ein Zuwanderer wissen muss/ wohin er gehen muss und wie und wo er es zu erledigen hat; denn es gibt viele Dinge, welche für die Anwohner normal/selbstverständlich sind, wodurch sie vergessen den Zuwanderern davon zu berichten. Zum Beispiel: Gema, Abfallregeln (welche in jeder Stadt verschieden sind), dass bei einer Mietwohnung die Küche normalerweise nicht mit dabei ist, Kirchensteuer, Krankenkasse, etc.]

Welche Angebote wünschen Sie sich noch in der Region?

Antworten:

- Billard/Snooker
- Service (post, stores etc.) with longer extended opening hours [Längere Öffnungszeiten von z.B. Post, Geschäften etc.]
- Shopping
- Öffentlicher Nahverkehr
- Einkaufsmöglichkeiten
- Cross Fit
- Offer transportation deals for residents of the "Gewinner-Region" because it is really expensive to go from one zone to another (for leisure or shopping) [Nahverkehrsangebote innerhalb der Gewinnerregion, denn es ist sehr teuer von einer Zone in die nächste zu fahren (zur Freizeit oder zum Einkaufen)]

Weitere Diagramme:



Was ist Ihnen an einem Wohnort generell wichtig? (nur Arbeitende)

