



BEST PRACTICE LEITFADEN



ZUR INITIATIVE „WiR!“

Willkommen in Rheinland-Pfalz! – Unsere Nachbarn aus Amerika

Impressum

Herausgeber:

Ministerium des Innern,
für Sport und Infrastruktur
Rheinland-Pfalz
Schillerplatz 3-5
55116 Mainz
Poststelle@isim.rlp.de
www.isim.rlp.de

Redaktion: Referat 382

Mainz, Dezember 2015

Diese Druckschrift darf weder von Parteien noch von Wahlwerbern oder Wahlhelfern zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl darf die Druckschrift nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme zugunsten einer politischen Gruppe verstanden werden könnte. Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck nur mit Genehmigung des Herausgebers.

Gliederung	Seite
WiR! im Überblick	4
Projekthintergrund / -beschreibung	
I. Ausgangslage	4
II. Projektbeschreibung / -struktur	7
III. Teilnehmende Kommunen	8
IV. Datenbasis Primärerhebung	9
Zentrale Erkenntnisse: Ist-Zustand	10
Wünsche und Bedürfnisse unserer US-amerikanischen Mitbürgerinnen und Mitbürger	
I. Status: Bisherige Teilhabe am örtlichen Geschehen / Informationsbedürfnis der US-Haushalte	10
II. Potenziale : Interessen und Wünsche der US-Haushalte / Mögliche Informationswege	15
Zentrale Erkenntnisse: Handlungsansätze für Gemeinden	20
Grundlegende Empfehlungen und konkrete Maßnahmen	
I. Unerlässliche Basis – Zugang zu örtlichen Angeboten vereinfachen	20
II. Strukturen verankern – Sicherung der Nachhaltigkeit	24
III. Vermarktung stärken – Zuzug aktiv fördern	26
IV. Synergien nutzen – Bündelung ortsübergreifender Ansätze	27
„Tipps zum Selbermachen“	28
Erfolgsfaktoren bei der Projektdurchführung	
I. Strukturierung des Prozesses vor Ort	28
II. Methodische Grundlagen	29
III. Maßnahmenentwicklung und -umsetzung	30

WiR! im Überblick

Projekthintergrund / -beschreibung

I. Ausgangslage

Deutschland zählt zu den beliebtesten Standortregionen für Angehörige des US-Militärs und deren Familien. Rheinland-Pfalz ist für seine Gastfreundschaft bekannt. Die Landesregierung, die jeweiligen Kommunen und nicht zuletzt unsere Bevölkerung vor Ort bemühen sich, gute Gastgeberinnen und Gastgeber für die hier lebenden amerikanischen Familien zu sein und tragen so zu einer im internationalen Vergleich sehr hohen Lebensqualität für hier lebende US-Amerikanerinnen und US-Amerikaner bei.

Gleichzeitig besitzen die in Rheinland-Pfalz stationierten US-Bürgerinnen und US-Bürger trotz der separaten Versorgungsstruktur der US-Streitkräfte eine große wirtschaftliche sowie gesellschaftliche und demografische Bedeutung für die um die Stationierungsorte gelegenen Gemeinden. Bei entsprechender Integration in das Gemeindeleben bietet sich eine große Chance, dem demografischen Wandel entgegenzuwirken und adäquate Versorgungsstrukturen dauerhaft zu erhalten.

Positive Effekte für eine ausgewogene Bevölkerungsstruktur

Neben der gesellschaftlichen Bedeutung im Sinne eines kulturellen Austausches und einer weiteren Belebung der Dorfgemeinschaft wirken die dort lebenden US-amerikanischen Haushalte verschiedenen Entwicklungen entgegen, die – insbesondere durch den demografischen Wandel

ausgelöst – das Leben im Dorf und auch das Erscheinungsbild der Gemeinde langfristig beeinflussen können.

Aufgrund der gegebenen Altersbeschränkungen im Militär unterliegen die Familien keinem demografischen Wandel. Durch ihre Präsenz kann auch auf lange Sicht immer ein signifikanter Anteil der Altersklasse zwischen 20 und 40 Jahren in den Gemeinden erhalten bleiben. Zum einen können hierdurch zu erwartende Abwanderungsprozesse aus den jeweiligen Gemeinden zum Teil kompensiert, zum anderen zusätzliche Wachstumspotenziale durch den Zuzug junger US-amerikanischer Familien generiert werden.

Aufrechterhaltung von Lebensqualität und Daseinsvorsorge

Es ergeben sich weitere positive Effekte für die Dorfgemeinschaft sowie für die Aufrechterhaltung der vorhandenen Strukturen und Einrichtungen: Vereine können neue Mitglieder gewinnen und, sofern freie Kapazitäten vorhanden sind, bestehende Institutionen wie etwa Kindergärten langfristig gestärkt werden.

Leerstandsvermeidung und langfristig gesicherte Mieteinnahmen

Die hohe wirtschaftliche Bedeutung der US-amerikanischen Haushalte geht nicht zuletzt aus den Einnahmen durch die Vermietung von Woh-

nungen und Häusern hervor. Das den Familien zur Verfügung stehende, vom Militär gewährte Budget zur Zahlung der Mieten liegt häufig im oberen Bereich des lokalen Mietspiegels. Gerade vor dem Hintergrund zunehmender Leerstände in vielen rheinland-pfälzischen Gemeinden ist diese Thematik von enormer Bedeutung.

Zur Nutzung der genannten Möglichkeiten durch die Gemeinde und zur Generierung eines Mehrwertes für die deutschen wie auch US-amerikanischen Bürgerinnen und Bürger bedarf es eines ganzheitlichen Ansatzes zur Integration der US-amerikanischen Haushalte in der jeweiligen Gemeinde. Dieser umfasst vor allem die Steigerung der Lebensqualität für die US-Amerikanerinnen und US-Amerikaner in der Gemeinde durch eine verbesserte Information und verstärkte Angebote zur Integration in das Gemeindeleben. Die aus

der Perspektive der US-Seite empfundene Attraktivität der Gemeinde als Wohnort ist dabei ein entscheidender Faktor.

Positive Folgeeffekte

Eine hohe Zufriedenheit der im Ort lebenden US-Einwohnerschaft kann zusätzlich eine Strahlkraft über die Gemeindegrenzen hinausgehend besitzen. Profitieren können hiervon vor allem örtliche Gewerbetreibende (Geschäfte, Handwerker, sonstige Dienstleister, etc.) sowie die ortsansässigen Vereine. Durch eine aktive Weiterempfehlung an andere US-amerikanische Haushalte, die in umliegenden Gemeinden sowie US-eigenen Wohnsiedlungen ansässig sind, kann die Nachfrage nach diesen Angeboten nochmals gesteigert werden.

Schematische Darstellung eines möglichen ganzheitlichen Ansatzes

Relevanz der Amerikaner für die Ortsgemeinde

Wirtschaftliche Bedeutung
Mieteinnahmen, Leerstandsnutzung,
Potenziale für örtliche Geschäfte, Ehrenamt

Demographische Bedeutung
Kompensation möglicher Abwanderung /
Wachstumspotenziale junge Familien

Gesellschaftliche Bedeutung
Mitglieder für Vereine und
sonstige örtliche Institutionen,
kultureller Austausch,
Nutzer von Kindergärten und
Grundschule

Information Integration Kommunikation

Etablierung von Strukturen zur nachhaltigen
Umsetzung in der Ortsgemeinde

Vermarktung Anreize / Programme

Bezug der Amerikaner zur Ortsgemeinde

Attraktivität der OG steigern
Wertschätzung der Gemeinde
als Wohnort (Lage, Wohnangebot,
Ortscharakter)

Lebensqualität erhöhen
Zugang zu örtlichen Angeboten,
Einbindung in die örtliche
Gemeinschaft

Bewusstsein schärfen
Gezielte Information und Kommunikation,
Frühzeitige Kenntnis über Angebote,
Bekanntheit als geeigneter Wohnort
steigern (aktiv Zuzug fördern)

QUELLE: eigene Darstellung Projekt WiR!

Ein ganzheitlicher und nachhaltiger Ansatz zur Integration der US-Einwohnerschaft trägt darüber hinaus zur Aufwertung des von der US-Seite wahrgenommenen Images der Ortsgemeinde bei. Dieser Aspekt ist vor allem aufgrund der zeitlich begrenzten Stationierungsdauer der US-Militärangehörigen – und der damit verbundenen großen Anzahl an jährlichen Neuankömmlingen – von Bedeutung. Eine Weiterempfehlung der Gemeinde als attraktiver Wohnstandort für US-Haushalte kann

Zuzug fördern und die langfristige Entwicklung der Gemeinde positiv beeinflussen.

Durch die Nutzung dieser Potenziale werden die innerörtlichen Strukturen sowie das Gemeindeleben gestärkt und die Attraktivität des Wohnortes für die gesamte Ortsbevölkerung gesteigert.

Projektstart in Hütschenhausen mit Ortsbürgermeister und Projektkoordinatoren



QUELLE: Ortsgemeinde Hütschenhausen

II. Projektbeschreibung / -struktur

Die konsequente Einbindung der US-amerikanischen Einwohnerschaft war bei der Initiierung des Projekts in insgesamt 11 Projektgemeinden zentraler Leitgedanke zur Strukturierung der Vorgehensweise. Da die Ausgangslage – wie auch die möglichen Ansatzpunkte und Potenziale – in den einzelnen Gemeinden unterschiedlich sind, wurde ein individueller Prozess in jeder teilnehmenden Gemeinde durchlaufen. Auf diesem Wege konnten bereits bei den durchgeführten Befragungen (Primärerhebungen) die spezifischen Besonderheiten vor Ort berücksichtigt werden.

Aufbauend auf den konkreten Bedürfnissen und Wünschen der US-amerikanischen Bürgerinnen und Bürger im Ort – ermittelt über eine schriftliche Haushaltsbefragung sowie zusätzliche persönliche Interviews, wurden in örtlichen Projektteams die Ergebnisse erörtert und in Maßnahmen überführt. Die Aktivierung von US-amerikanischen und deutschen Bürgerinnen und Bürgern zur Ausarbeitung und Umsetzung von Maßnahmen war hier ebenso von Bedeutung wie die gleichzeitige Verankerung des Projekts auf Ebene der Stadt- und Gemeindeverwaltungen, um die Nachhaltigkeit der Aktivitäten zu stärken.

Zusätzlich wurden Foren geschaffen, um den Austausch zwischen den Gemeinden zu fördern und je nach Zweckmäßigkeit bestimmte Aktivitäten gemeinsam zu konzipieren und umzusetzen – gegebenenfalls unter Mitwirkung einer übergeordneten Gebietskörperschaft (z.B. Verbandsgemeinde). Ein Projektfamilientreffen mit allen teilnehmenden Projektgemeinden im Innenministerium ermöglichte darüber hinaus einen intensiven Erfahrungsaustausch und die Möglichkeit zur gemeindeübergreifenden Übertragung erfolgreicher Ansätze.

Gemeindeindividueller Prozess im Überblick



QUELLE: eigene Darstellung Projekt WiR!

III. Teilnehmende Kommunen

Voraussetzung zur Teilnahme am Projekt „Willkommen in Rheinland-Pfalz! – Unsere Nachbarn aus Amerika“ war ein Mindestanteil an US-Bürgerinnen und US-Bürgern an der Gesamteinwohnerzahl in Höhe von 20%. Bezugsgröße und gleichzeitig primäre Zielgruppe in dem Projekt bildeten die Haushalte, die sich außerhalb der US-eigenen Wohngebiete („housing areas“) in einer privat angemieteten Immobilie angesiedelt haben bzw. dort ein Eigenheim erworben haben.

Insgesamt haben 11 Projektgemeinden – um die Standorte Baumholder, Ramstein-Miesenbach und Spangdahlem gelegen – an dem Projekt teilgenommen. Neben den Städten Baumholder und Ramstein-Miesenbach handelte es sich um weitere 9 Ortsgemeinden (zwischen 500 und 5.000 Einwohner). Um Baumholder wurde zudem ein gemeinsamer Arbeitskreis einiger Ortsgemeinden unter Koordination der Verbandsgemeinde gegründet.

IV. Datenbasis Primärerhebung

Zur Entwicklung von wirkungsvollen Maßnahmen wurden die Erfahrungen und Meinungen der US-amerikanischen Bürgerinnen und Bürger in den teilnehmenden Orten erhoben. Zusätzlich zu einer schriftlichen Befragung der US-amerikanischen Haushalte wurden persönliche Interviews auf freiwilliger Basis geführt.

Die Durchführung der Haushaltsbefragung wurde durch die örtlichen Projektteams vorgenommen. Zur Erzielung eines aussagekräftigen Rücklaufs wurden die Fragebögen größtenteils persönlich übergeben und wieder eingesammelt. Die Anonymität in Bezug auf die ausgefüllten Fragebögen wurde durch entsprechende Maßnahmen bei der Rückgabe sichergestellt.

Begleitende Presseaktivitäten – gemeinsam durchgeführt durch das rheinland-pfälzische Innenministerium und das US-Militär – steigerten zusätzlich die Wahrnehmung und das Vertrauen der US-Bürgerschaft in die Initiative insgesamt sowie die Erhebung vor Ort. Um den bestehenden Sicherheitsbestimmungen der US-amerikanischen Streitkräfte Rechnung zu tragen, wurden die Fragebogeninhalte vorab mit dem US-Militär abgestimmt.

Die Eckdaten zur Befragung im Überblick:

Insgesamt nahmen **338 Haushalte mit ca. 1.060 US-Bürgerinnen und US-Bürgern** an der Befragung teil.

Die gemittelte (ungewichtete) **Rücklaufquote** über alle Projektgemeinden hinweg beläuft sich auf **24 %**.

Zusätzlich wurden **78 persönliche Interviews mit US-amerikanischen Haushalten** in den Projektgemeinden geführt.

Die vorliegende Datenbasis lieferte ein aussagekräftiges Meinungsbild der US-amerikanischen Haushalte, welches die Ausarbeitung und Umsetzung zielgerichteter Maßnahmen ermöglicht.

Übersicht über die Projektgemeinden im Rahmen von WiR!

✈ SPANGDAHLEM AIR BASE

VG Wittlich-Land

OG Binsfeld

VG Speicher

OG Herforst

OG Spangdahlem

👤 GARRISON BAUMHOLDER

VG Baumholder

Stadt Baumholder

Verbund von OG

✈ RAMSTEIN AIR BASE

VG Ramstein-Miesenbach

Stadt Ramstein-Miesenbach

OG Hütschenhausen

OG Kottweiler-Schwanden

OG Niedermohr

OG Steinwenden

VG Altenglan

OG Neunkirchen am Potzberg

OG Oberstausenbach

QUELLE: www.d-maps.com



Zentrale Erkenntnisse: Ist-Zustand

Wünsche und Bedürfnisse unserer US-amerikanischen Mitbürgerinnen und Mitbürger

Die durchgeführten Befragungen lieferten die Grundlage zur bedarfsgerechten Ermittlung von Handlungsfeldern und der anschließenden Entwicklung passgenauer Maßnahmen. Durch die gemeindeindividuelle Vorgehensweise konnten auf der Basis konkreter Wünsche und Vorschläge der US-Haushalte direkte Aktionen in den einzelnen Orten initiiert werden.

Darüber hinaus konnten grundlegende Erkenntnisse abgeleitet werden, die auf gemeindeübergreifend sehr homogenen Ergebnissen basieren und zusätzlich durch die Aussagen in den persönlichen Interviews gestützt werden. Die Situation in den verschiedenen Gemeinden unterscheidet sich diesbezüglich nur geringfügig.

Es kann davon ausgegangen werden, dass die folgenden Ergebnisse die Situation in einem Großteil der rheinland-pfälzischen Gemeinden näherungsweise widerspiegeln und somit auch über den Projektrahmen hinausgehend übertragbar sind.

I. Status:
Bisherige Teilhabe am örtlichen Geschehen / Informationsbedürfnis der US-Haushalte

I.1 Unkenntnis über die bestehenden Möglichkeiten hemmt eine stärkere Integration in die örtliche Gemeinschaft. **Der Informationsprozess dauert mehrere Jahre an.**

Eine Teilhabe am örtlichen Geschehen, d.h. insbesondere die Nutzung von Angeboten der Ortsgemeinde und Vereine, war bislang meist abhängig vom Engagement und einem aktiven Informationsverhalten einzelner US-amerikanischer Bürgerinnen und Bürger. Ein strukturiertes Vorgehen zur Ansprache der US-Haushalte seitens der Ortsgemeinde oder anderer örtlicher Einrichtungen war meist nur in Ansätzen vorhanden.

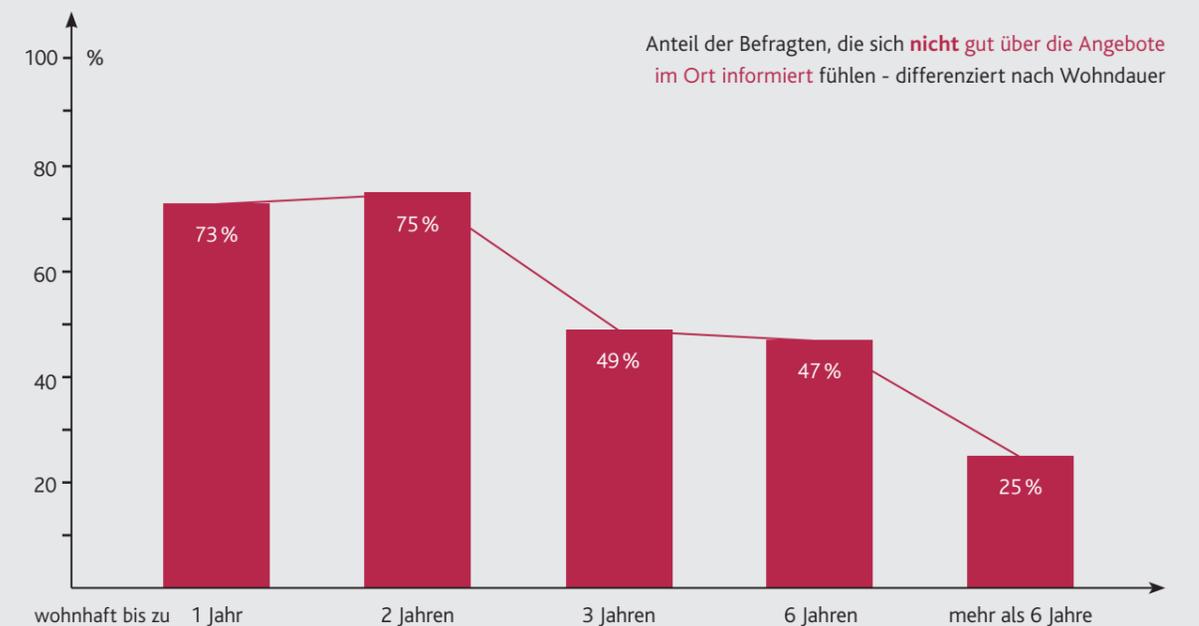
Darüber hinaus zeigte sich, dass durchgeführte Aktivitäten zur Information der US-amerikanischen Haushalte oftmals nicht die erhoffte Wirkung erzielten, da sie nur unzureichend wahrgenommen wurden. Die bisher genutzten Kanäle sowie die Art der Informationsaufbereitung (z.B. Einwurf von Flyern in Hausbriefkästen, Auslage in Bürgerhäusern, etc.) waren an die gängigen Informationsmuster deutscher

Haushalte angepasst und entsprachen meist nicht dem Informationsverhalten der US-Haushalte. Der Informationsprozess in Bezug auf die bestehenden Angebote im Ort beruht folglich insbesondere auf dem persönlichen Austausch der US-Haushalte untereinander. Die Befragung zeigt, dass dieser Prozess über Jahre hinweg andauert, sodass die wahrgenommene Kenntnis über die Möglichkeiten vor Ort erst nach drei Jahren Ortszugehörigkeit merklich ansteigt. Dies resultiert darin, dass sich **drei Viertel der seit 2 Jahren zugezogenen befragten Haushalte nicht gut informiert fühlen.**

Die subjektive Einschätzung der US-Haushalte bezüglich des Informationsgrades spiegelt sich in der faktischen Nutzung der Angebote im Ort wider (siehe Abbildung nachfolgende Seite). In der Betrachtung differenziert nach Wohndauer bestätigt sich die sehr verhaltene Teilnahme an

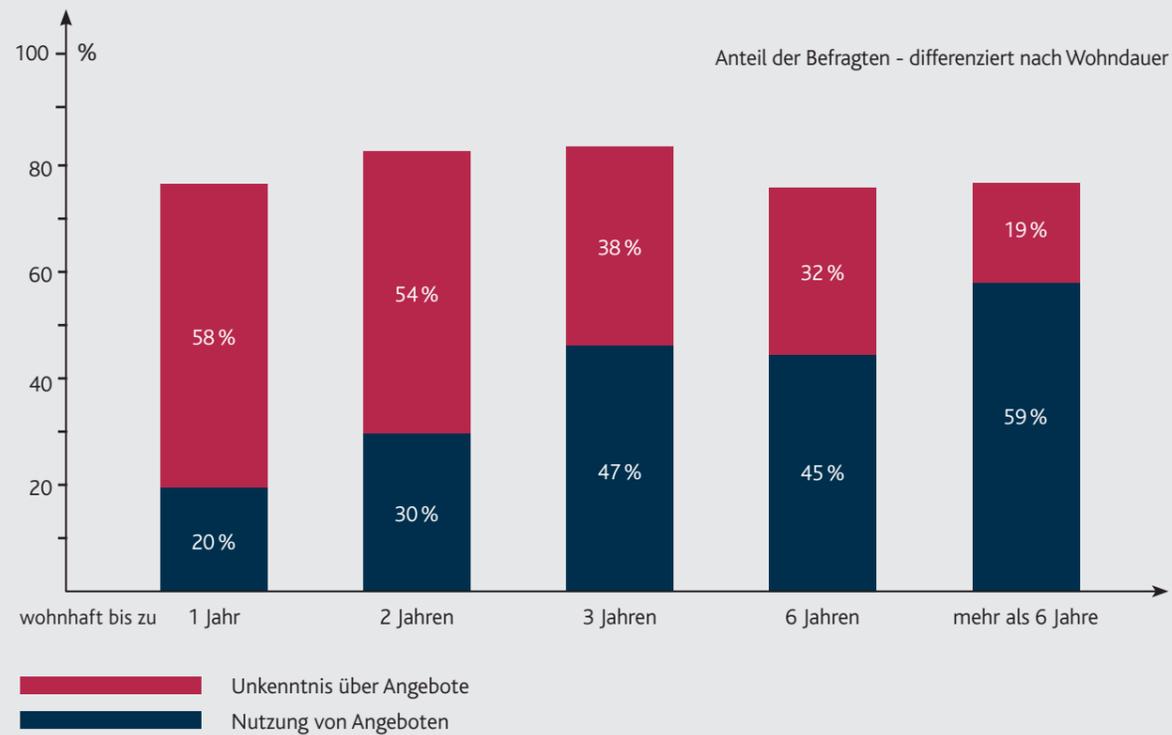
örtlichen Festen und angebotenen Aktivitäten der US-Haushalte, die seit maximal zwei Jahren im Ort ansässig sind. Positiv hervorzuheben ist die ausgeprägte Partizipation der Langzeitbewohner. Deutlich über die Hälfte der Befragten, die seit mehr als sechs Jahren in Rheinland-Pfalz wohnt, besucht die örtlichen Aktivitäten. Abgefragt wurden hier die zentralen Veranstaltungen im Jahr – wie beispielsweise Feste, St. Martin, Weihnachtsmarkt – sowie konkrete deutsch-amerikanische Angebote (falls vorhanden). Es ist grundsätzlich davon auszugehen, dass tendenziell vor allem jene Haushalte an der Befragung teilgenommen haben, die bereits einen Bezug zur Gemeinde und den dortigen Angeboten besitzen. Bezogen auf die Gesamtheit aller US-Haushalte – insbesondere der eher kürzlich zugezogenen – dürfte die Nutzung nochmals deutlich geringer als hier dargestellt ausfallen.

Wahrgenommene Unkenntnis über örtliche Angebote – grundsätzliche subjektive Einschätzung



QUELLE: Primärerhebung Projekt WIR!

Nutzung örtlicher Angebote – Ergebnis über alle konkreten Feste / Aktivitäten vor Ort



QUELLE: Primärerhebung Projekt WIR!

Hauptgrund der Nichtteilnahme ist die fehlende Kenntnis über die örtlichen Angebote. Über der Hälfte der Befragten, die seit zwei Jahren zugezogen sind, war bislang nicht bewusst, dass die jeweiligen Veranstaltungen stattgefunden haben. Auch bei den bereits längere Zeit ansässigen US-Haushalten bleibt die mangelnde Kenntnis der vorrangige Grund der Nichtteilnahme.

I.2 Langwieriger Informationsprozess wiegt besonders schwer aufgrund tendenziell **kurzer Stationierungsdauer der Militärangehörigen.**

Möchte man die US-Einwohnerschaft stärker in die örtliche Gemeinschaft integrieren, sollte das bisherige Vorgehen verändert werden. Denn durch die durchschnittlich kurze Stationierungsdauer der Militärangehörigen wird ein Großteil der US-Haushalte gar nicht erst erreicht. Sie verlassen den Standort wieder, bevor ihnen die Informationen zugänglich werden. Dies zeigt die Verteilung der Befragten nach Wohndauer: etwa die Hälfte wohnt seit maximal zwei Jahren in Rheinland-Pfalz.

Anteil der Befragten nach Zuzugsjahr



QUELLE: Primärerhebung Projekt WIR!

I.3 Auch bei anderen Bereichen bestehen ausgeprägte Informationsdefizite, z.B. Dienstleister, Haushaltsführung, Ausflugsziele.

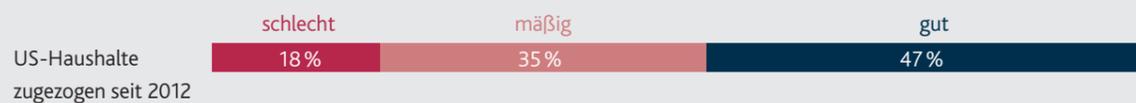
Die Schwierigkeiten bei der Beschaffung von Informationen beschränken sich nicht nur auf die Angebote im Wohnort selbst, sondern bestehen bereichsübergreifend in Bezug auf verschiedene Aspekte des Alltagslebens sowie die Möglichkeiten der Freizeitgestaltung in der Region.

Mehr als die Hälfte der in den vergangenen drei Jahren zugezogenen US-Haushalte fühlte sich generell nicht gut informiert bei ihrem Start in Deutschland. Besonders ausgeprägt waren die Schwierigkeiten bei der Suche nach Informationen zu wohnortnahen Dienstleistern, wie beispielsweise Handwerkern.

Etwas einfacher gestaltete sich für die Haushalte die Orientierung in Bezug auf Einkaufsmöglichkeiten in der Umgebung. Diese Einschätzung bezieht sich allerdings vornehmlich auf die größeren Supermärkte und Discounter. Besonders kleinere Fachgeschäfte, wie Metzgereien und Bäckereien, sowie sonstige Anbieter von regionalen Produkten werden oftmals erst nach langjähriger Wohndauer in Rheinland-Pfalz umfangreicher wahrgenommen und genutzt.

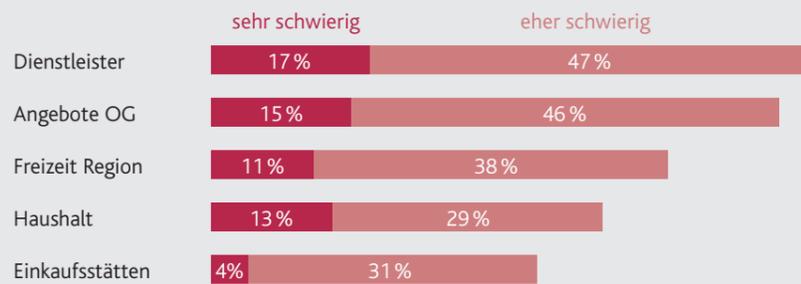
Anlass für eine besonders ausgeprägte Unzufriedenheit sind Schwierigkeiten im Rahmen der Haushaltsführung. Im Gegensatz zu Freizeitangeboten (mit einem grundsätzlich freiwilligen Charakter) sind Aspekte wie Mülltrennung, Energieabrechnungen, Internet- und Telefonanschluss essenzielle Bestandteile des täglichen Lebens, mit denen die US-Haushalte zwangsweise konfrontiert werden.

Empfundener Informationsgrad zu Beginn des Aufenthalts in Deutschland



Themenbezogene Schwierigkeiten bei der Informationsgenerierung

Anteil der Befragten für die es „eher“ bzw. „sehr schwierig“ war – verbleibender Anteil: „nicht schwierig“



QUELLE: Primärerhebung Projekt WIR!

II. Potenziale

Interessen und Wünsche der US-Haushalte / Mögliche Informationswege

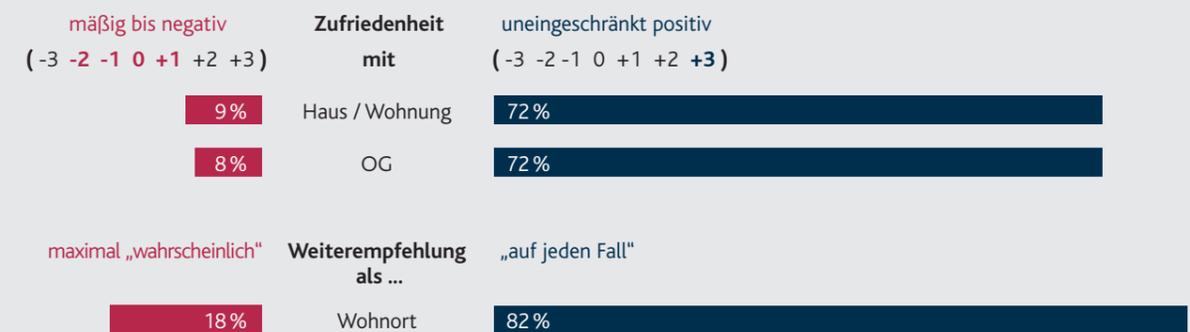
Es bestehen erhebliche, bislang nicht abgeschöpfte – gesellschaftliche und wirtschaftliche – Potenziale für die örtlichen sowie regionalen Angebote und Strukturen. Zugleich kann die Lebensqualität für die US-amerikanischen Mitbürgerinnen und Mitbürger nochmals deutlich gesteigert werden. Die Ausgangssituation und die möglichen Ansatzpunkte zur Initiierung eines Prozesses zur stärkeren Integration der US-amerikanischen Haushalte sind als sehr gut einzustufen.

II.1 Die US-Amerikanerinnen und US-Amerikaner fühlen sich sehr wohl mit ihrer Wohnsituation und ihrem Leben außerhalb des Militärstützpunktes.

Obwohl die Auswahl des Wohnstandortes vor allem immobilienbasiert erfolgt, wird das Leben in den jeweiligen Ortsgemeinden von der US-Einwohnerschaft wertgeschätzt.

Nur vereinzelte Haushalte machen hier signifikante Einschränkungen, die vor allem infrastrukturell begründet sind (z.B. fehlende Geschäfte). Etwa drei Viertel der Befragten sind indes vollkommen zufrieden. Dies betrifft auch jene Haushalte, die anfänglich nicht bewusst eine Ansiedlung außerhalb der militäreigenen Wohngebiete auf dem Stützpunkt bevorzugt haben.

Generelle Zufriedenheit der Haushalte mit der Wohnsituation



QUELLE: Primärerhebung Projekt WIR!

II.2 US-Haushalte bekunden ein hohes Interesse an regionalspezifischen Aspekten und an einer stärkeren Teilhabe am Gemeinleben – auch in Bezug auf eine aktive Mitgestaltung.

Das themenübergreifend ausgeprägte Interesse der befragten Haushalte verdeutlicht – in Verbindung mit dem zuvor dargestellten Informationsmangel – die noch bestehenden (Wertschöpfungs-) Potenziale in den Regionen um die Militärstandorte. Über 80 % der Befragten sind interessiert daran, die Region besser kennenzulernen. Dies betrifft touristische Aspekte – wie Sehenswürdigkeiten, Traditionen und Bräuche –

ebenso wie den Konsum regionaler Produkte. Ein Großteil der befragten US-Haushalte schätzt deutsche sowie regionale Erzeugnisse und ersetzt den Einkauf in Geschäften auf dem US-Stützpunkt nach und nach durch die Nutzung deutscher Angebote. Dies betrifft insbesondere Produkte des Frischwarensortiments. **Gerade für Bäckereien, Metzgereien und sonstige regionale Erzeuger, aber auch Handwerker und Dienstleister, bestehen noch große unausgeschöpfte Potenziale. Obwohl das Interesse vorhanden ist, nutzt bislang nur jeder Dritte seit 2013 Zugezogene derartige Geschäfte regelmäßig.**

In diesem Zusammenhang ist auch die Sprachbarriere von Relevanz. Lediglich 14% der Erwachsenen können sich auf Deutsch verständigen. Das

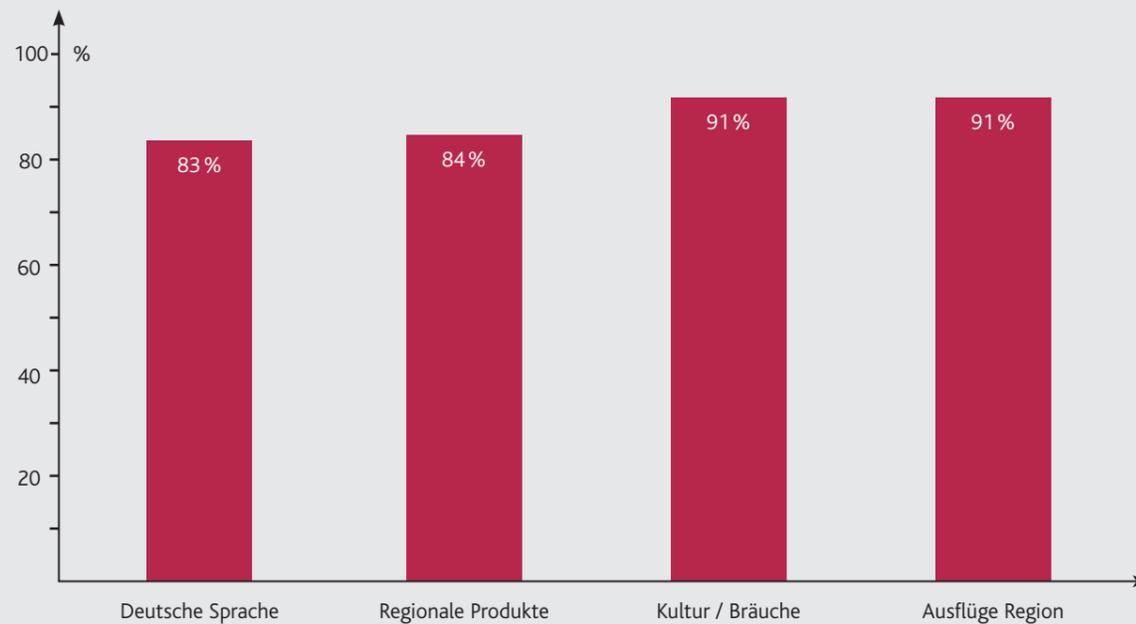
Interesse an einer Verbesserung der Sprachfähigkeiten ist sehr ausgeprägt, es besteht allerdings keine Kenntnis über die hier bestehenden Möglichkeiten und Angebote.

Darüber hinaus besteht bei mehr als zwei Dritteln der Befragten der Wunsch nach einer stärkeren Teilhabe am örtlichen Geschehen. Dies betrifft die Nutzung örtlicher Vereinsangebote ebenso wie die Teilnahme an Veranstaltungen und Festen. Gerade die Vereinsangebote werden von den US-Haushalten kaum wahrgenommen. **61% aller Befragten besitzen keine Kenntnis über die Vereine im Ort.** Erschwerend wirkt, dass das deutsche Vereinssystem der US-Einwohnerschaft nicht geläufig ist.

Als sehr ausgeprägt einzustufen ist die Bereitschaft seitens der US-Haushalte, sich **ehrenamtlich im Ort zu engagieren**. 51% der Befragten haben Interesse daran, sich in die örtliche Gemeinschaft einzubringen und diese zu unterstützen.

Interesse an regionalspezifischen Themen

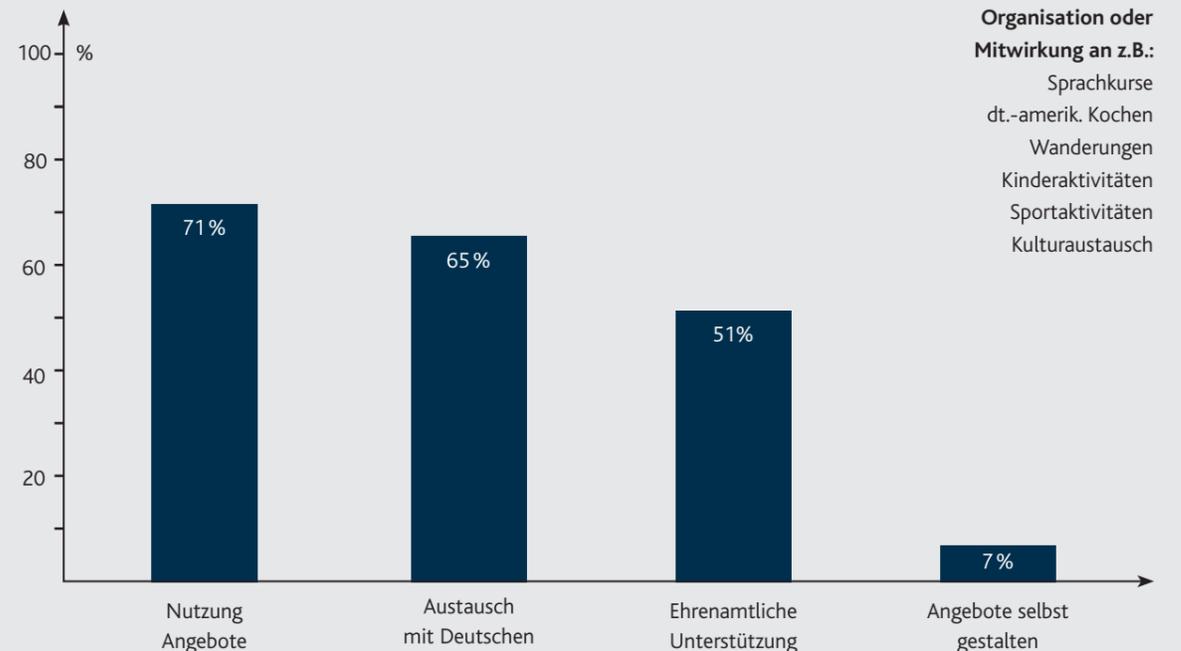
Anteil der Befragten, die sich für den jeweiligen Bereich interessieren



QUELLE: Primärerhebung Projekt WiR!

Interesse an einer stärkeren Einbindung in die örtliche Gemeinschaft

Anteil der Befragten, die sich für die jeweilige Art der stärkeren Integration interessieren



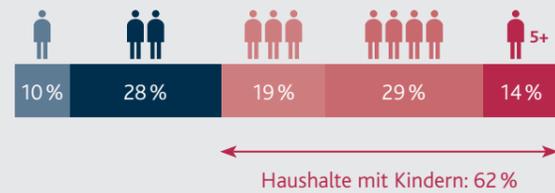
QUELLE: Primärerhebung Projekt WiR!

Gewünscht sind neben Veranstaltungen zu den Aspekten Sport, Wandern, Kochen und Kultur vor allem **Aktivitäten für Kinder**. Die US-amerikanischen Haushalte zeichnen sich durch einen signifikant höheren Kinderanteil aus als deutsche Haushalte in den jeweiligen Gemeinden. Dies drückt unter anderem die durchschnittliche Haushaltsgröße von 3,2 Personen aus, sodass nahezu eine Person mehr in einem US-amerikanischen Haushalt lebt als in einem deutschen.

Die persönlichen Interviews haben verdeutlicht, dass der Wunsch der US-amerikanischen Familien sehr groß ist, dass die Kinder Anschluss mit Gleichaltrigen im Wohnort finden. Da in vielen Gemeinden die Aufnahmekapazitäten im Kindergarten für US-Familien sehr begrenzt sind, kann dies nur über gemeinsame Aktivitäten in der Freizeit erreicht werden.

Größe der US-Haushalte

Anteil der Befragten nach Haushaltsgröße:
Ø 3,2 Personen pro Haushalt



QUELLE: Primärerhebung Projekt WIR!

II.3 Bestehende Stellen können nur eingeschränkt weiterhelfen – US-Haushalte sind bei der lokalen Informationssuche zunächst vor allem auf **sich selbst angewiesen**.

Eine gezielte Unterstützung der US-amerikanischen Familien zur anfänglichen Orientierung bei ihrem Start in Rheinland-Pfalz ist nur bedingt gegeben. Die vom US-Militär angebotenen Newcomer-Briefings können nur einen Teil des Informationsbedarfs abdecken. Insbesondere konkrete ortsspezifische Sachverhalte bleiben hier außen vor. Darüber hinaus richtet sich das Briefing meist ausschließlich an die Militärangehörigen und nicht an die ganze Familie – und dies in der Regel direkt nach der Ankunft, also zu einem Zeitpunkt, an dem sich die US-Haushalte noch nicht über die möglicherweise nachfolgend auftretenden Fragen bewusst sind. Dementsprechend gaben nur etwas mehr als die Hälfte der Befragten an, diesbezüglich hilfreiche Informationen vom US-Militär erhalten zu haben.

Auch andere bestehende Stellen, wie beispielsweise das deutsch-amerikanische Bürgerbüro (GACO) in Kaiserslautern, spielen bei der Informationssuche im Bereich des Alltagslebens eine geringe Rolle. Die bisherige Nutzung erfolgte laut den Erkenntnissen der Befragungen zumeist im Rahmen von komplexeren rechtlichen Angelegenheiten.

Einem Großteil der Befragten sind die eingerichteten Informationsplattformen nicht bekannt bzw. die Funktion der Stellen ist ihnen unklar. Am Beispiel des Informations- und Beratungsangebots „Window to Rheinland-Pfalz“ mit einem Info-Center auf der Base in Ramstein-Miesenbach werden zugleich der mögliche Nutzen einer solchen Einrichtung als auch die zentrale Herausforderung

deutlich. Befragte Haushalte, die schon mehr als drei Jahre in Ramstein-Miesenbach ansässig sind, nutzen die dortigen Beratungsangebote in ausgeprägtem Maße; Haushalte mit einer kürzeren Wohndauer sind bislang allerdings kaum auf das Angebot aufmerksam geworden.

US-amerikanische Familien geben zudem an, dass eigene Recherchen sowie die Erfahrungswerte von US-amerikanischen Freunden die wichtigsten Informationsquellen in der Startphase darstellen. Die Vermieter – als erster und meist einziger „deutscher“ Kontaktpunkt für neue US-amerikanische Haushalte bei der Ankunft – nehmen größtenteils keine Informationsfunktion wahr.

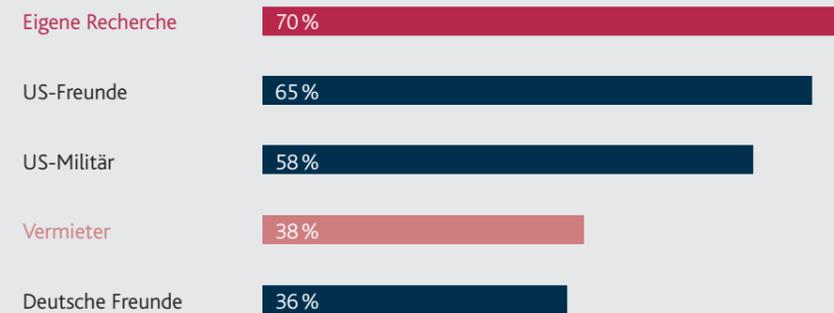
Fazit

Das bisherige Informationsverhalten greift zu kurz, um die offensichtlich bestehenden Potenziale auszuschöpfen:

Es bedarf anderer – **lokal bzw. regional verankerter – Vorgehensweisen**, um die US-Bürger **zeitnah** zu erreichen und ihnen damit den Zugang zum örtlichen Geschehen und den regionalen Strukturen zu ermöglichen.

Relevante Informationsquellen der US-Amerikaner

Informationsquellen Anteil der seit 2012 Zugezogenen, die hilfreiche Informationen erhalten haben durch ...



QUELLE: Primärerhebung Projekt WIR!

Zentrale Erkenntnisse: Handlungsansätze für Gemeinden

Grundlegende Empfehlungen und konkrete Maßnahmen

Aus den Ergebnissen der Befragungen lässt sich ein Handlungsrahmen mit zentralen Zielsetzungen und Stoßrichtungen ableiten, an dem sich eine wirkungsvolle Maßnahmenentwicklung vor Ort ausrichten sollte. Je ganzheitlicher sich ein Aktionsprogramm an den vier nachfolgend dargestellten Säulen orientiert, desto nachhaltiger ist dessen Wirkung.

Die einzelnen Handlungsfelder werden beispielhaft durch umgesetzte bzw. in Planung befindliche Maßnahmen aus den Projektgemeinden der Initiative WiR! veranschaulicht.

I. Unerlässliche Basis – Zugang zu örtlichen Angeboten vereinfachen

Der Mehrheit der befragten US-Haushalte mangelt es an Informationen über die vor Ort und in der Region bestehenden Möglichkeiten für eine stärkere Partizipation. Der bisherige Informationsprozess in Bezug auf das alltägliche Leben beruht vor allem auf einer aktiven Informationsbeschaffung durch die US-amerikanischen Haushalte, da die Vermittlung von Informationen oftmals nicht zielgruppengerecht erfolgt. Dies hat zur Folge, dass die in vielen Orten bereits bestehenden Aktivitäten zur Ansprache der

US-amerikanischen Haushalte nur von einem kleinen Teil wahrgenommen werden.

Neben der Art und Weise der Informationsvermittlung kommt – durch die oftmals kurze Stationierungsdauer der US-Militärangehörigen – dem **Zeitfaktor** eine wichtige Bedeutung zu. Die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Integration der US-amerikanischen Familien ist nur dann gegeben, wenn ihnen frühzeitig, d.h. möglichst schnell nach bzw. teilweise schon vor ihrer Ankunft in Rheinland-Pfalz, für sie relevante Informationen zur Verfügung stehen.

Relevante Informationen zusammenstellen

Die Verwendung der englischen Sprache ist angesichts der geringen deutschen Sprachkompetenz auf US-Seite Grundvoraussetzung bei der Vermittlung von Informationen. Darüber hinaus ist darauf zu achten, dass sich die Inhalte auf jene Aspekte beschränken, die für die US-Haushalte von Interesse sind – sowohl mit Blick auf eine angemessene Aufwand-Nutzen-Relation für die Kommunen als auch zur einfachen und schnellen Orientierung für die US-Haushalte.

Die US-Bürgerinnen und US-Bürger sind Teil der Einwohnerschaft – mit einem anderen kulturellen Hintergrund – und Touristen zugleich. Um die Lebensqualität für die US-amerikanischen Familien zu erhöhen und das deutsch-amerikanische Zusammenleben weiter zu verbessern, sind daher bei der Informationsvermittlung Aspekte der Freizeitgestaltung ebenso wichtig wie Hilfestellungen und Grundregeln zum Alltagsleben vor Ort.

Selbstverständlichkeiten für deutsche Bürgerinnen und Bürger in Bezug auf das Verhalten in der Gesellschaft und die Führung des Haushalts sind nicht zwangsläufig auch aus US-amerikanischer Sicht selbstverständlich. Dies betrifft beispielsweise Aspekte wie das deutsche Vereinswesen, Hausordnung, Müllentsorgung, Straßenverkehr, Parken, Halten von Haustieren, Jagdmöglichkeiten, etc.

Gerade in Bezug auf gemeindeübergeordnete Themen sollte bei der Zusammenstellung von Informationen – dort wo es möglich ist – auf bereits bestehende Informationsmaterialien zurückgegriffen werden. Oftmals existieren auf Landkreis- bzw. Verbandsgemeindeebene oder bei bestehenden Institutionen – wie dem deutsch-amerikanischen Bürgerbüro GACO in Kaiserslautern, dem Host Nation Council in Spangdahlem oder dem Infoportal Ramstein Gateway in Ramstein-Miesenbach – ausgearbeitete englischsprachige Unterlagen, die für weitergehende Maßnahmen genutzt werden können.

Der größte Mehrwert, der durch das Engagement einer Ortsgemeinde im Rahmen des Informationsprozesses für die US-Haushalte generiert werden kann, besteht in der Aufklärung über die konkreten Angebote im Ort. Hierauf sollte der Fokus gelegt werden. Dies betrifft zum einen eine grundlegende Information über die dauerhaften

Angebote (möglichst zeitnah nach der Ankunft der US-amerikanischen Familien im Ort) als auch eine frühzeitige Bekanntmachung von einmaligen oder sich jährlich wiederholenden Veranstaltungen und Festen.

Informationen gezielt übermitteln

Jegliche Bemühungen zur Zusammenstellung von Informationen bleiben ineffektiv, wenn diese nicht die Zielgruppe, d.h. die US-amerikanischen Haushalte, erreichen. Dies ist – basierend auf den Erkenntnissen aus der Primärerhebung – eine der Kernproblematiken bei der bisherigen Vorgehensweise.

Vor der Entscheidung über die Informationsträger (Broschüren, Homepage, Aushänge, etc.) und die Umsetzung von Informationsmaterialien muss Klarheit darüber bestehen, wie die US-Haushalte letztlich an diese Informationen gelangen, d.h. aufmerksam auf die Informationsträger werden und diese auch nutzen.

Es hat sich gezeigt, dass herkömmliche Methoden, die zur Information der deutschen Haushalte verwendet werden, in vielen Fällen nicht geeignet sind (z.B. Wurfungen in den Hausbriefkasten, Auslagen in örtlichen Einrichtungen, Bekanntmachung in Amtsblättern oder auf der Homepage der Ortsgemeinde). Es bedarf demnach anderer Herangehensweisen, die an die Verhaltens- und Informationsmuster der US-amerikanischen Haushalte angepasst sind.

Die Durchführung der Haushaltsbefragung verdeutlichte, dass die persönliche Ansprache das beste Mittel darstellt, um Informationen zu platzieren und das notwendige Vertrauen für eine spätere Partizipation aufzubauen. Da diese Vorgehensweise allerdings mit einem großen

Aufwand verbunden ist, sind insbesondere größere Gemeinden und Städte darauf angewiesen, andere Kanäle zur Informationsweitergabe zu nutzen.

Grundsätzlich ist allen Gemeinden anzuraten, mehrere Ansätze miteinander zu verknüpfen, um in einem überschaubaren Zeitraum einen signifikanten Anteil der US-amerikanischen Haushalte zu erreichen. Neben der Nutzung gängiger Online-Portale (z.B. Facebook) sollten hier jene Akteure vor Ort eingebunden werden, die Kontaktpunkte mit den US-amerikanischen Haushalten besitzen.

Die nachfolgenden Beispiele umreißen das Spektrum möglicher Herangehensweisen und zentraler Informationsinhalte.

Exemplarische Maßnahmen zu I:

Zusammenstellung von Informationen zu:

Alltagsinformationen

- Gemeindegänge mit den wichtigsten „Regeln“ zum Leben im Ort / Informationen zu Aspekten der Haushaltsführung (z.B. symbolbasierter Müllkalender) / englischsprachige Ansprechpartner für allgemeine Informationen

Regionale Anbieter

- Übersicht von Geschäften, Dienstleistern und regionalen Erzeugern in der direkten Umgebung
- Gewinnung der regionalen Anbieter für gemeinsame Aktionen / Bereitstellung von Gutscheinen für die US-amerikanischen Haushalte

Örtliche Vereine

- Ausarbeitung eines Vereinsregisters mit relevanten Zusatzinformationen für die US-Einwohnerschaft (da Vereinsstrukturen in den USA nicht bekannt) und Ansprechpartner
- In diesem Zusammenhang: Erörterung von Maßnahmen zur Anpassung der Vertragsmodalitäten, um den Vereinseintritt zu erleichtern

Veranstaltungen

- Erstellung eines Veranstaltungskalenders – angepasst an die Bedürfnisse der US-amerikanischen Haushalte mit spezifischen Erläuterungen
- Darstellung aller örtlichen Feste / Aktivitäten sowie der zentralen Veranstaltungen in der Region

Verbreitung und Bekanntmachung der Informationen durch:

Verteilung von Willkommenspaketen / Begrüßungstaschen

- Persönliche Übergabe von „Startersets“ für US-amerikanische Haushalte mit relevanten Informationen zum örtlichen Geschehen (siehe vorherige Auflistung)
- Ergänzung der ortsindividuellen Aspekte um existierende englischsprachige Informationsmaterialien zu Freizeitmöglichkeiten in der Region
- Einmalige Verteilung an alle Haushalte zu Beginn der Aktion sowie kontinuierliche Fortsetzung bei der Ankunft von Neuankömmlingen

Einbindung der Vermieter

- Wichtige Akteure zur frühzeitigen Ansprache von Neuankömmlingen
- Schriftliche Information und Durchführung von Veranstaltungen für Vermieter zum Sensibilisieren, Informieren und Mobilisieren
- Ausstattung der Vermieter mit entwickelten Informationsbroschüren

Errichtung von „englischsprachigen“ Schaukästen

- Permanenter Aushang von grundlegenden Informationen für US-Haushalte sowie aktuellen Ankündigungen von Veranstaltungen
- Installation an zentralen Punkten im Ort (insbesondere Verkehrsknotenpunkte) – auch als unterstützendes Element, um auch Neuankömmlinge anzusprechen

Aufbau eines Email-Verteilers für US-Haushalte

- Kontinuierliche Generierung von Emailadressen der US-amerikanischen Haushalte (auf freiwilliger Basis)
- Sammlung privater Emailadressen, die direkt den Haushalt erreichen (nicht über Dienstweg des Militärangehörigen), insbesondere zur frühzeitigen Information über anstehende Veranstaltungen und Feste in der Gemeinde und für den kurzfristigen Austausch

Verteilung von Begrüßungstaschen durch Projektteam in Neunkirchen am Potzberg



QUELLE: Ortsgemeinde Neunkirchen am Potzberg

II. Strukturen verankern – Sicherung der Nachhaltigkeit

Zielsetzung sowie Leitgedanke einer Initiative im Ort zur stärkeren Integration der US-amerikanischen Mitbürgerinnen und Mitbürger sollte von Beginn an sein, einen langfristigen Prozess zu initiieren und entsprechende Strukturen für eine Nachhaltigkeit der Aktivitäten zu installieren. Es kann nicht davon ausgegangen werden, dass mit einem einmaligen Maßnahmenpaket eine langfristige Wirkung erzielt wird. Darüber hinaus ist durch die kurze Stationierungsdauer vieler Militärangehöriger eine hohe Fluktuation der US-amerikanischen Haushalte in den Orten gegeben.

Zur längerfristigen Verankerung der Initiative in den Gemeinden ist es unabdingbar, dass klare Verantwortlichkeiten im Ort hinsichtlich der Umsetzung von Maßnahmen geschaffen werden. Hierzu ist anzuraten, ein örtliches Team zu installieren, welches die Koordinierung der Aktivitäten übernimmt und in bestimmten Zyklen die Wirkung der umgesetzten Maßnahmen bewertet und neue Ideen entwickelt.

Die besten Chancen auf eine nachhaltige Stärkung des deutsch-amerikanischen Miteinanders bestehen, wenn konkrete Angebote im Ort initiiert werden, die über die gängigen Feste und Veranstaltungen im Jahr hinausgehen und konkret auf den Zweck des deutsch-amerikanischen Austauschs ausgerichtet sind. Im Idealfall hat die US-amerikanische Einwohnerschaft die Möglichkeit, sich direkt in die Planung und Umsetzung dieser Aktionen einzubringen. Das Interesse seitens der US-amerikanischen Haushalte ist diesbezüglich vorhanden. Etwa die Hälfte der Befragten möchte sich gerne ehrenamtlich innerhalb der Gemeinde engagieren.

Exemplarische Maßnahmen zu II:

Einrichtung gemischter deutsch-amerikanischer Teams im Ort

- Gewinnung von US-amerikanischen Bürgerinnen und Bürgern bereits bei der Ausarbeitung und Umsetzung der Maßnahmen
- Besonders geeignet sind Personen aus deutsch-amerikanischen Ehen sowie aus US-amerikanischen Familien, die im Ort sesshaft geworden sind

Schaffung von US-Verantwortlichkeiten in Vereinen

- Installation von US-Beauftragten je Verein als konkreter englischsprachiger Ansprechpartner

Auflage eines innerörtlichen Mentorenprogramms

- Festlegung von Paten für Neuankömmlinge: deutsche und US-amerikanische Ansprechpartner, die besonders in der Startphase zur Seite stehen

Selbstgestaltete Angebote durch die US-Einwohnerschaft

- Schaffung der Voraussetzung durch die Ortsgemeinde zur Durchführung von Angeboten durch US-Bürgerinnen und US-Bürger: u.a. durch Bereitstellung der Infrastruktur, Räumlichkeiten und unterstützende Bekanntmachung im Ort

Gemeinsame deutsch-amerikanische Aktivitäten

- Organisation und Durchführung spezifischer deutsch-amerikanischer Veranstaltungen durch das Projektteam (Wanderungen, Sportaktivitäten, Koch- / Grillfeste, etc.)

III. Vermarktung stärken – Zuzug aktiv fördern

Die hohe Fluktuation bei den US-amerikanischen Haushalten ist für die Gemeinden Herausforderung und Chance zugleich. Durch die große Anzahl jährlich neu ankommender US-amerikanischer Familien in Rheinland-Pfalz bieten sich große Potenziale für die Ortsgemeinden, über geeignete Vermarktungswege Neubürger begrüßen zu können.

Die Befragungen haben gezeigt, dass die Auswahl einer Unterkunft außerhalb der US-eigenen Wohnsiedlungen primär immobilienbasiert erfolgt. Die Ortsgemeinde selbst ist im Rahmen des Auswahlprozesses in den meisten Fällen von eher geringer Bedeutung. Diese Situation ist die logische Konsequenz der bislang kaum bestehenden Vermarktungsaktivitäten der Gemeinden in

Bezug auf die Zielgruppe der neu ankommenden US-amerikanischen Familien.

Für US-amerikanische Familien ist es bislang kaum möglich, an relevante englischsprachige Informationen über einzelne Ortsgemeinden zu kommen. Dabei gibt es bei der Beurteilung des Wohnstandortes gerade für Haushalte mit Kindern wichtige Aspekte in Bezug auf die örtliche Infrastruktur, die die Lebensqualität mit beeinflussen.

Die Vermittlung derartiger Informationen über geeignete Kanäle kann entscheidend dazu beitragen, über die persönliche Weiterempfehlung von US-amerikanischen Haushalten hinausgehend aktiv Neubürger anzuziehen.

IV. Synergien nutzen – Bündelung ortsübergreifender Ansätze

Grundsätzlich sollte angestrebt werden, dort wo es zweckmäßig ist, Aktivitäten über einzelne Ortsgrenzen hinweg zusammenzuführen und zu bündeln, um Synergien in der Umsetzung zu nutzen sowie die Effektivität der Maßnahmen zu erhöhen.

Hierbei könnten zum einen die **Verbandsgemeinden bzw. Landkreise** eine wichtige Funktion einnehmen. Vor allem die Zusammenstellung regionaler Informationen (z.B. Anbieter regionaler Erzeugnisse, Freizeitangebote) oder eine zentralisierte Bereitstellung dieser Informationen über geeignete Online-Plattformen könnten die Aktivitäten vor Ort in den Gemeinden sinnvoll unterstützen. Ebenso könnten vergleichbare Maßnahmen in verschiedenen Ortsgemeinden über

die Verbandsgemeinde koordiniert und umgesetzt werden, um Kostenvorteile zu realisieren und personelle Ressourcen zu schonen.

Eine weitere Möglichkeit besteht zum anderen in der **Kooperation mit bestehenden Einrichtungen auf den US-Stützpunkten**. Ansatzpunkte könnten sich hier unter anderem über das jeweilige Housing Office oder deutsch-amerikanische Einrichtungen, wie das Host Nation Council in Spangdahlem, bieten. Die Zusammenarbeit mit US-amerikanischen Einrichtungen ist in jedem Fall an die grundsätzliche Bereitschaft des US-Militärs an den jeweiligen Standorten gekoppelt und muss im Einzelfall abgestimmt werden.

Exemplarische Maßnahmen zu III:

Englischsprachige Informationen auf der Homepage der Ortsgemeinde

- Spezifische Informationsbereiche in englischer Sprache zu wichtigen Kriterien der US-Familien bei der Auswahl des Wohnortes (Zugangsmöglichkeiten zum Kindergarten, Bus-Verbindungen zu US-eigenen Bildungsstätten, Freizeitangebote, Einkaufsmöglichkeiten, etc.)
- Mögliche weitere Funktionen: z.B. Kontaktformular für spezifische Anfragen, Abonnement eines englischsprachigen Newsletters

Facebook-Auftritt zur schnellen Verbreitung

- Errichtung eines Facebook-Profiles durch örtliches Team – sowohl zum Austausch von ortsansässigen Haushalten untereinander als auch zur Verbreitung von Informationen für potenzielle Neubürger, die sich auf Wohnungssuche befinden
- Gleichzeitig Kanal zum Verweis auf die gemeindeeigene Homepage zur Steigerung der Wahrnehmung der dort angebotenen Informationen

Bitte beachten Sie in diesem Zusammenhang die Handlungsempfehlungen des Landesbeauftragten für Datenschutz und Informationsfreiheit Rheinland-Pfalz.

Exemplarische Maßnahmen zu IV:

Ganzheitliche touristische Vermarktung der Region

- US-Bürgerinnen und US-Bürger als Kern-Zielgruppe eines integrierten Tourismuskonzepts, z.B. auf Verbandsgemeindeebene
- Verzahnung mit bestehenden Einrichtungen zu deutsch-amerikanischen Themen, wie Doku-Center und Museum in Ramstein-Miesenbach sowie Kulturzentrum Goldener Engel in Baumholder
- Erhöhung der touristischen Wertschöpfung in der Region mit Einbindung der Ortsgemeinden

Inhaltliche Aufwertung der Newcomer-Briefings (Möglichkeiten standortbezogen prüfen)

- Stärkeres Engagement deutsch-amerikanischer Einrichtungen, wie beispielsweise des Host

Nation Council in Spangdahlem, im Rahmen der Briefings auf dem US-Stützpunkt

- Vertiefung der Informationsinhalte sowie Bereitstellung von Informationen über Ortsgemeinden (u.a. durch Verteilung der gemeindeindividuell erarbeiteten Willkommenspakete / Begrüßungstaschen / Infobroschüren)
- Wiederholung der Briefings nach Startphase, um konkrete Fragen zu beantworten

Bereitstellung spezifischer Informationen über Housing Office (Möglichkeiten standortbezogen prüfen)

- Konkretes Informationsmaterial zu den Strukturen und Angeboten in den jeweiligen Ortsgemeinden als direkte Beilage zu Immobilienangeboten im Rahmen der Wohnungssuche

„Tipps zum Selbermachen“

Erfolgsfaktoren bei der Projektdurchführung

Im Laufe des Projekts haben sich verschiedene Faktoren herauskristalliert, die maßgeblichen Einfluss auf eine erfolgreiche Durchführung des Vorhabens zur stärkeren Integration der US-amerikanischen Haushalte im Ort besitzen. Diese betreffen alle Phasen der Projektdurchführung von der Initiierung und Verankerung in der Ortsgemeinde über die Aktivierung der US-Bürgerinnen und US-Bürger bis hin zur Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen.

I. Strukturierung des Prozesses vor Ort

Bildung eines umsetzungsorientierten Teams

Direkt zu Beginn sollte das örtliche Team formiert werden und in der Regel ca. 4 bis 6 Personen umfassen. Es eignen sich bevorzugt Personen, die in der Gemeinde gut vernetzt sind, sich durch Kreativität und Pragmatismus auszeichnen und eine hohe Affinität zum deutsch-amerikanischen Austausch besitzen.

Besonders wirkungsvoll hat sich erwiesen, bereits zu Beginn des Projekts US-amerikanische Haushalte in das Team zu integrieren. In nahezu jedem Ort mit einem signifikanten Anteil an US-amerikanischen Haushalten gibt es deutsch-amerikanische Familien. Gerade diese bieten sich aufgrund der hier meist nicht bestehenden Sprachbarrieren für eine Mitwirkung in der Anfangsphase des Projekts an. Darüber hinaus können sie als Multiplikatoren im Kreise der US-Bürgerschaft fungieren.

Der Rückhalt durch die Ortsgemeinde sollte durch einen turnusmäßigen Informations- und Abstimmungsprozess, z.B. über das Forum des Gemeinderates oder den Hauptausschuss, gewährleistet sein. Die erforderliche Intensität ist gemeinspezifisch sehr unterschiedlich und muss den örtlichen Gegebenheiten angepasst werden.

Befragung der eigenen US-Haushalte als Grundlage

Auch wenn das Projekt WiR! ortsübergreifende Erkenntnisse hervorgebracht hat, die erwartungsgemäß auf einen Großteil der Gemeinden in Rheinland-Pfalz übertragbar sind, sollte auch bei vergleichbaren Ansätzen in anderen Kommunen eine Befragung mit persönlicher Übergabe der Fragebögen als fester Bestandteil des Vorgehens erfolgen.

Zum einen besitzt die Befragung selbst bereits eine sehr große aktivierende Wirkung. US-amerikanische Bürgerinnen und Bürger fühlen sich wertgeschätzt und es kommt bei einer persönlichen Übergabe der Fragebögen zu einem ersten direkten Austausch, der gleichzeitig das notwendige Vertrauen der US-Haushalte in die Initiative und in die örtliche Gemeinschaft stärkt.

Die auf diesem Wege entstehenden Kontakte können zu einer direkten Einbindung engagierter US-Haushalte im weiteren Prozess des Projekts führen. Darüber hinaus ergeben sich aus der Befragung und den nach Möglichkeit zusätzlichen persönlichen Interviews meist unmittelbar

Ansätze für die Gestaltung von deutsch-amerikanischen Aktivitäten. Diese gehen von der ehrenamtlichen Hilfe innerhalb der Ortsgemeinde bis hin zur Organisation eigener Angebote durch die US-amerikanischen Haushalte.

II. Methodische Grundlagen

Türöffner „Offline“

Trotz der grundsätzlich starken Affinität auf US-Seite zu internetbasierten Anwendungen, haben die unterschiedlichen Vorgehensweisen in diesem Projekt gezeigt, dass onlinegestützte Befragungstechniken nur zu sehr verhaltenen Rückläufen führen. Sowohl die Versendung des Fragebogens per Email durch die Einbindung des US-Militärs als auch die Bereitstellung des Fragebogens online (z.B. als Download auf der Homepage der Ortsgemeinde) waren als alleiniges Erhebungsinstrument nicht ausreichend.

Digitale, onlinebasierte Kanäle können die Verteilung händischer Fragebögen im Rahmen eines ganzheitlichen Erhebungsdesigns sinnvoll unterstützen, aber nicht ersetzen.

Pragmatisches Vorgehen bei Verteilung der Fragebögen

Aufgrund der fehlenden Meldepflicht der US-amerikanischen Haushalte in Deutschland besteht keine Möglichkeit auf vorliegende Adressdaten dieser Haushalte zurückzugreifen. Die dem US-Militär vorliegenden Daten werden vertraulich behandelt und den Kommunen nicht übermittelt. Grundsätzlich empfiehlt sich eine pragmatische Vorgehensweise zur Verteilung der Fragebögen, die auf der Ortskenntnis der Mitwirkenden basiert.

Über die Einbindung mehrerer Personen und der Zuteilung einzelner, ihnen bekannter Straßenzüge, kann eine zielführende Verteilung der Fragebögen vorgenommen werden. Über den direkten Kontakt mit den US-amerikanischen Haushalten können in der Regel nicht bekannte US-Haushalte in der weitergehenden Nachbarschaft ausfindig gemacht werden.

Diese Vorgehensweise ist ausreichend, da zum Erhalt eines aussagekräftigen Meinungsbildes nicht zwangsläufig alle US-amerikanischen Haushalte in der Gemeinde erreicht werden müssen. Auch wenn einzelne Haushalte unberücksichtigt bleiben, können stabile Aussagen abgeleitet werden.

Persönlicher Kontakt als Schlüssel

Die Einbindung mehrerer Personen zur Verteilung der Fragebögen ist nicht nur wegen der Gewährleistung einer besseren Ortskenntnis, sondern auch wegen des zu erwartenden Aufwands vorteilhaft. Eine persönliche Übergabe der Fragebögen an die US-amerikanischen Haushalte sowie das persönliche Einsammeln sind in den meisten Fällen unerlässlich, um eine aussagekräftige Teilnahme zu erwirken. Da nicht alle Haushalte gleichzeitig anzutreffen sind, ist oft ein mehrmaliger Besuch erforderlich.

Der Einwurf des Fragebogens in den Briefkasten sollte als letzte, möglichst zu umgehende Option angesehen werden. US-Haushalte leeren ihre Briefkästen eher unregelmäßig, da die Zustellung der meisten wichtigen Unterlagen über das Postfach auf dem US-Stützpunkt erfolgt. Darüber hinaus besteht bei vielen Haushalten eine grundlegende Skepsis und Hemmschwelle, die nur über das persönliche Gespräch gemindert werden kann.

Den mitwirkenden Personen kommt somit eine Schlüsselrolle zu. Die Rücklaufquote ist in äußerst hohem Maße von der Person abhängig, die das Verteilen und Einsammeln vor Ort übernimmt. Wesentlicher Erfolgsfaktor ist neben dem grundsätzlichen Engagement die Art und Weise der Kommunikation mit den US-amerikanischen Haushalten. Die Mitwirkenden sollten daher über englische Sprachfähigkeiten sowie ein offenes, kontaktfreudiges Wesen verfügen. Im Idealfall bestehen bereits ausgeprägte Erfahrungswerte im Umgang mit US-amerikanischen Mitbürgerinnen und Mitbürgern.

III . Maßnahmenentwicklung und -umsetzung

Prozessdenken statt einmaliger Aktionismus

Grundsätzlich ist zu empfehlen, sich bei der Umsetzung von Maßnahmen zunächst auf einige wenige zu beschränken, von denen man die höchste Wirkung erwartet. Weitere Handlungsfelder sollten skizziert und in einem Projektplan für die kommenden Monate bzw. Jahre festgehalten werden. Eine Überreizung der Ressourcen innerhalb der Gemeinde und dem Kreis der Mitwirkenden birgt das Risiko, dass das gesamte Vorhaben in Frage gestellt und möglicherweise abgebrochen wird.

Ziel ist es nicht, mit einer Aktion alle US-Haushalte zu gewinnen. Vielmehr geht es darum, mit geeigneten Maßnahmen einen selbstverstärkenden Prozess zu initiieren, der kontinuierlich einen wachsenden Anteil der US-Haushalte mobilisiert, sich in die örtliche Gemeinschaft einzubringen. Grundvoraussetzung ist hier die Schaffung nachhaltiger Strukturen in der Gemeinde, z.B. durch einen deutsch-amerikanischen Verein oder ein

gemischtes Team (ggf. teilweise Neubesetzung des anfänglichen Projektteams mit engagierten Bürgerinnen und Bürgern nach der Aktivierungsphase).

Bei der Informationsvermittlung gilt: „Kanal vor Inhalt “

Um den US-Haushalten den Zugang zu den örtlichen Angeboten und eine Partizipation am örtlichen Geschehen zu vereinfachen, bedarf es adäquater Informationen. Dabei sollte man sich allerdings zunächst überlegen, wie, d.h. über welche Kanäle (Institutionen, Personen, Medien) die im Ort lebenden US-Haushalte erreicht werden können. Denn nur wenn gewährleistet ist, dass die Informationen letztlich wahrgenommen werden, erzielen die Maßnahmen und Bemühungen der Gemeinden die erhoffte Wirkung.

Ist diese Frage beantwortet, kann die Zusammenstellung der Informationen erfolgen. Denn die Art und Weise der Informationszusammenstellung ist abhängig von dem Medium, über das sie transportiert werden soll. Auf diesem Wege wird zugleich sichergestellt, dass die finanziellen und personellen Ressourcen im Ort sinnvoll eingesetzt werden.

Über die Ortsgemeinde hinausblicken: Bestehendes integrieren

Bei der Zusammenstellung von Informationsmaterial lohnt sich ein Blick auf die übergeordneten Gebietskörperschaften (Verbandsgemeinde, Landkreise) sowie sonstige bestehende Einrichtungen im deutsch-amerikanischen Kontext (Deutsch-amerikanisches Bürgerbüro GACO, Gateway Ramstein – Window to Rheinland-Pfalz, Host Nation Council, etc.).

Auch wenn die Rolle der diversen Einrichtungen als Informationsquelle bei den US-amerikanischen Haushalten nur begrenzt wahrgenommen wird, liegen hier zum Teil bereits vielfältige englischsprachige Informationsmaterialien vor. Diese haben vornehmlich einen regionalen Bezug (z.B. Angebote zur Freizeitgestaltung) und können die vor Ort erarbeiteten Unterlagen zu innerörtlichen Aktivitäten sinnvoll ergänzen.

Onlineaffinität auf US-Seite richtig nutzen

Bei der US-Bürgerschaft haben online-basierte Kommunikationsmedien einen hohen Stellenwert. Hier bestehen wirkungsvolle Ansatzpunkte zur Ansprache US-amerikanischer Haushalte – sofern den gängigen Präferenzen und dem Nutzungsverhalten der US-amerikanischen Haushalte Rechnung getragen wird.

Von großer Relevanz ist u.a. die Plattform Facebook, die von einem Großteil der US-Haushalte regelmäßig zur Information und zum Austausch mit anderen US-amerikanischen Bürgerinnen und Bürgern dient. Hierüber werden Informationen geteilt und schnell verbreitet.

Von eher geringer Wirkung ist hingegen die Bereitstellung von Informationen auf der

ortseigenen Homepage, wenn dies als singuläre Maßnahme durchgeführt wird. Ein derartiges Vorhaben ist grundsätzlich anzuraten, sollte aber durch andere Maßnahmen ergänzt werden, die die Aufmerksamkeit der US-Haushalte auf die Homepage lenken (z.B. Angabe in persönlich überreichten Informationsbroschüren, Querverlinkungen von anderen Seiten – u.a. Facebook, Housing Office). Ein Grund ist die oftmals fehlende Kenntnis der US-Bürgerinnen und US-Bürger über die kommunalen Strukturen in Rheinland-Pfalz, sodass die Ortsgemeinde nicht in erster Linie als Informationsquelle wahrgenommen wird.



RheinlandPfalz

MINISTERIUM
DES INNERN, FÜR SPORT
UND INFRASTRUKTUR

Schillerplatz 3-5
55116 Mainz

Poststelle@isim.rlp.de
www.isim.rlp.de