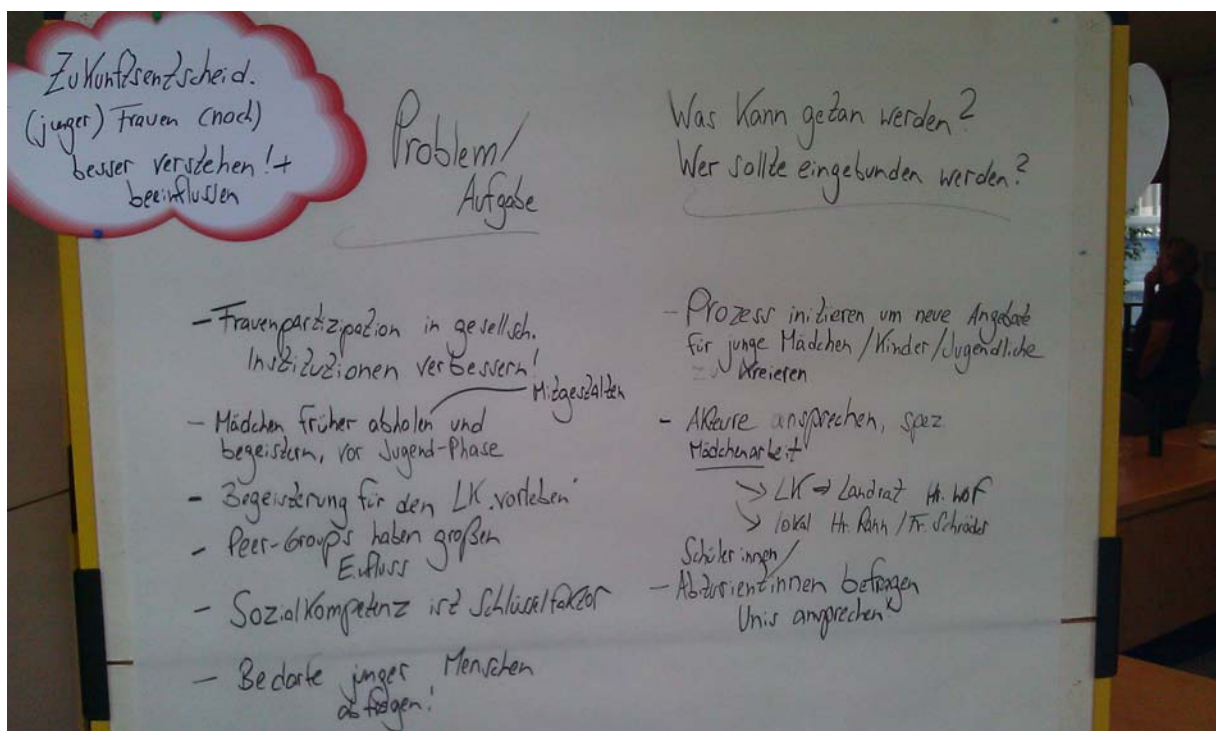


# „Brain Drain im Landkreis Wesermarsch? Aktuelle demografische Analysen zum Wanderungsverhalten von Frauen“

Eine Ergebnisdokumentation des Workshops vom 07. Mai 2013

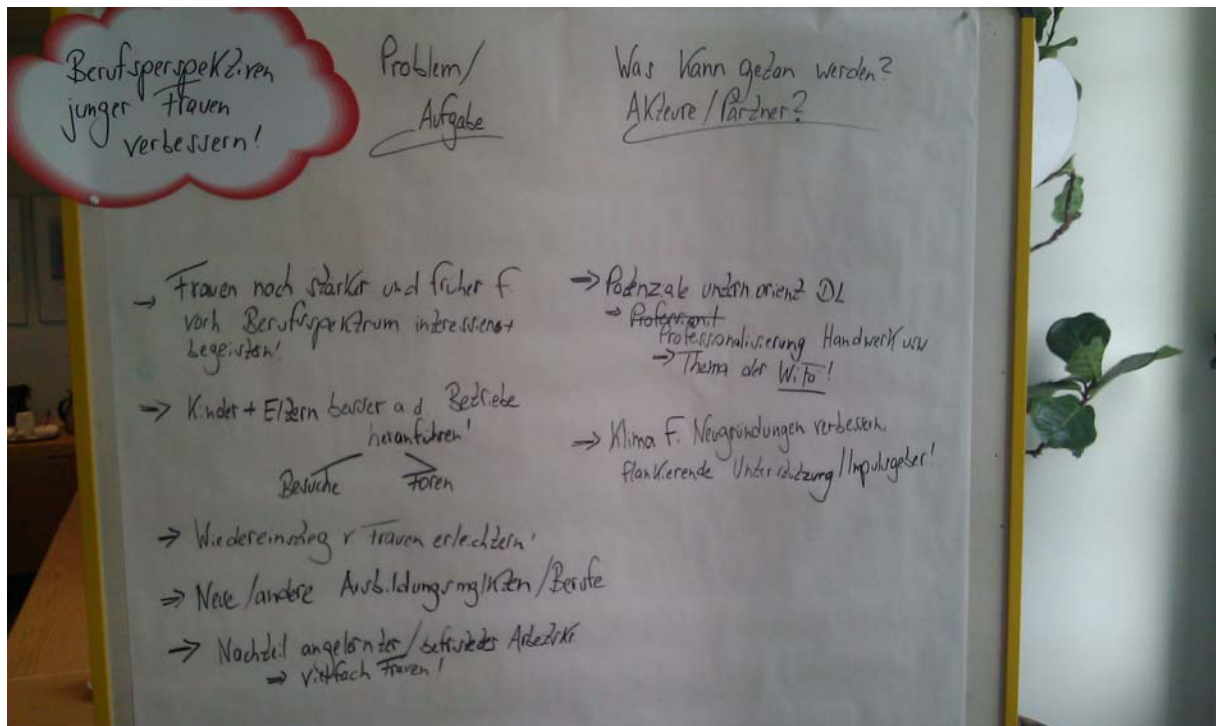
Am 07. Mai 2013 kamen im Kreishaus in Brake 20 Akteure aus Politik, Verwaltung und Gesellschaft zusammen, um im Rahmen eines Präsentations-Workshops über Gründe, Auswirkungen und Handlungsoptionen bzgl. selektiver Frauenabwanderung zu diskutieren. Die Grundlage des Demographie-Workshops bildeten die Erkenntnisse aus dem Projektbericht „Demografische Analysen zum Wanderungsverhalten von Frauen im Landkreis Wesermarsch“, der im Auftrag des Landkreises Wesermarsch durch das Büro FORUM Huebner, Karsten & Partner erarbeitet wurde.

Die aktuellen Entwicklungen sind mit weitreichenden sozialen, ökonomischen und demographischen Folgen verbunden. Ziel des Workshops war es potenzielle Handlungsfelder zu identifizieren und daraus Handlungsmöglichkeiten und Strategien zu entwickeln. Insgesamt wurden dabei vier Handlungsfelder identifiziert:



**Zukunftsentscheidungen (junger) Frauen noch besser verstehen!** Dabei geht um das Grundsätzliche Verständnis der Prozesse. Leitfragen waren dabei: Wer geht und warum? Wann und wie werden Entscheidungen getroffen? Welche Veränderungen sind zu beobachten? Warum kommen kaum noch Familien in den Landkreis? Die Problematik innerhalb dieses Handlungsfeldes ist, dass junge Frauen sich nach Einschätzung vieler Anwesender in einem zu geringen Maße mit dem Landkreis identifizieren. Hier gilt es die

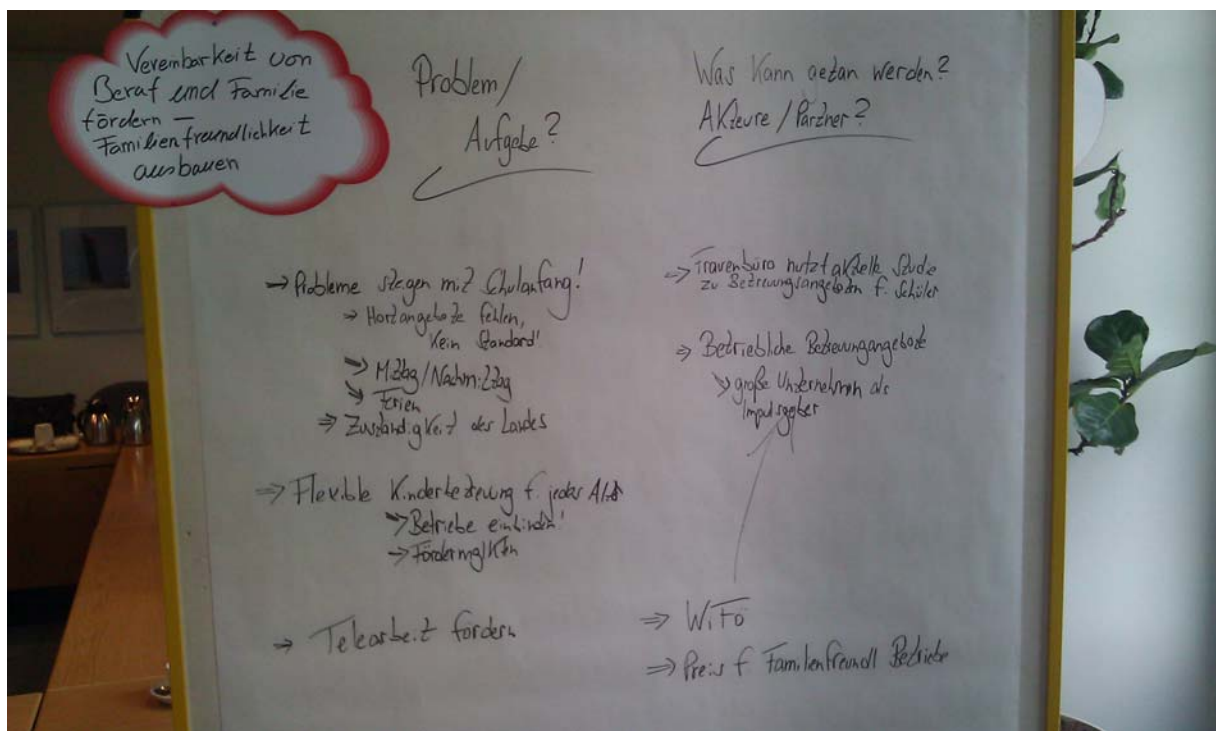
Bedürfnisse junger Frauen zu erkennen und auf diese einzugehen. Die Mädchen müssen schon im frühen Kindesalter für die Region „begeistert“ werden und zur Partizipation animiert werden. Um die jungen Frauen besser in die öffentlichen Geschehnisse einzubinden, müssen Angebote geschaffen werden, die an die Bedarfe von Mädchen, Kindern, Jugendlichen und jungen Frauen angepasst sind. Hierbei gilt es zunächst einmal öffentliche Institutionen und die Akteure vor Ort zu animieren zu sensibilisieren und vermehrt entsprechende Angebote und Möglichkeiten für Mädchen und (junge) Frauen zu entwickeln, möglichst unter Einbindung der Betroffenen. Angeregt wird, die Relevanz dieses Anliegens gegenüber dem Landrat zu verdeutlichen und mit ihm gemeinsam zu erörtern, wie ein Landkreis weiter Prozess angestoßen werden kann, der mädchenbezogene Aktivitäten in den Städten und Gemeinden unter Einbeziehung maßgeblicher gesellschaftlicher Akteure voranbringt.



**Berufsperspektiven für (junge) Frauen verbessern.** Hierbei geht es vorrangig um Fragen bezüglich der Integration der weiblichen Arbeitskräfte in die, für den Landkreis Wesermarsch typischen, Industrie und Handwerksberufe. Als Problem identifizierte das Plenum, dass sich Mädchen und junge Frauen verstärkt in Richtung Dienstleistungssektor orientieren. Daher ist es notwendig Mädchen schon früh an das regionalspezifische, industriell und handwerklich geprägte, Jobangebot heranzuführen und zu begeistern. Wichtig ist, neben den Jugendlichen auch die Eltern durch geeignete Informations- und Kommunikationsangebote in den beruflichen Orientierungsprozess einzubinden. Zudem sollten Barrieren im Hinblick auf Wiederaufnahme der Tätigkeiten nach der Schwangerschaft und Benachteiligungen von

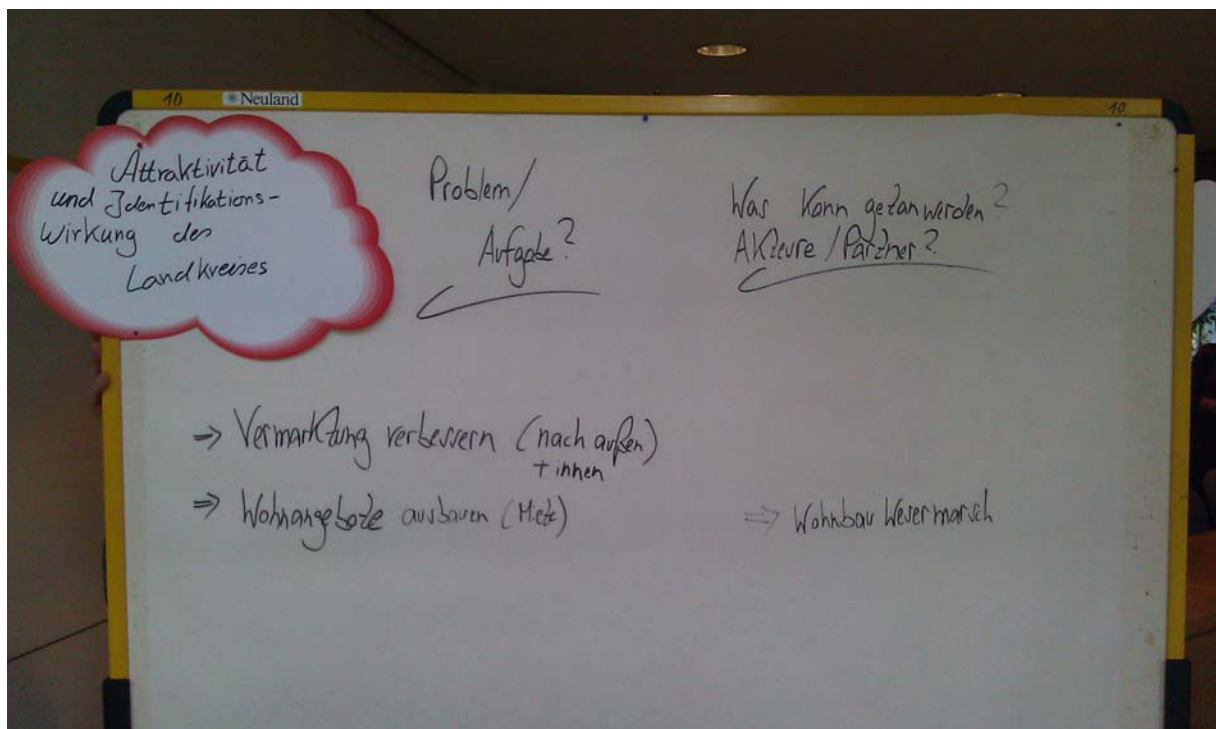
angelerten und befristet angestellten Arbeitskräften abgebaut werden. Die Schaffung günstiger Rahmenbedingungen für Dienstleistungsunternehmen wurde als weiteres Handlungsfeld identifiziert. Hierzu gehört auch, dass Impulse in Richtung der Existenzgründungen gegeben werden. Erhebliches Potenzial wird dabei im Bereich von unternehmensorientierten Dienstleistungen für regionale Handwerksbetriebe gesehen, die beispielsweise ihre Bürotätigkeiten (Buchhaltung, Rechnungswesen usw.) auslagern könnten und damit selber effizienter und professioneller agieren könnten. Es wurde befürwortet das Klima für derartige Neugründungen durch flankierende Maßnahmen im Landkreis zu verbessern. Die Sensibilisierung und Einbindung der Wirtschaftsförderung des Landkreises ist eine wesentliche Voraussetzung für Fortschritte in diesem Bereich..

Ob es realistisch ist, wie gewünscht zusätzliche Ausbildungsangebote bzw. -berufe im Landkreis zu schaffen, wurde speziell von den Anwesenden skeptisch bewertet, die über tiefere Einblicke in die Personalpolitik der Betriebe in der Wesermarsch verfügen.



**Vereinbarkeit von Beruf und Familie fördern!** Die Schaffung eines familienfreundlichen Klimas ist einer der Schlüsselfaktoren, die zur Integration von Frauen in den Arbeitsmarkt führen können. Im Fokus steht dabei die Identifizierung des Entwicklungsbedarfs für familienbezogene Infrastrukturen. In der Diskussion wurde deutlich, dass durch den massiven Ausbau der Betreuungsangebote für Kinder im Vorschulalter der Problemdruck in diesem Bereich zwar abgenommen hat, Betreuungsengpässe aber unverändert verstärkt mit dem Schulanfang aufkommen. Hier fehlt es im Landkreis in hohem Maße an Hortangeboten zur

Betreuung nach Schulschluss und in den Ferien. Auch die fehlende Flexibilität der Betreuungsangebote stellt ein Hemmnis für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf dar. Zur Verbesserung des Betreuungsangebotes wurde die Einbindung der Wirtschaft vorgeschlagen. Betriebe könnten durch die Einrichtung von Betreuungsangeboten oder die Ausweitung von Heimarbeitsmöglichkeiten die Situation maßgeblich verbessern. Dabei könnten gerade große Unternehmen als Impulsgeber fungieren. Dieser Ansatz und insbesondere die Einbindung der Unternehmen sollte ggf. ebenso über die Wirtschaftsförderung erfolgen.



**Attraktivität und Identifikationswirkung des Landkreises steigern!** Der erste Schritt zur Steigerung der Attraktivität ist es, die Bedürfnisse junger Frauen zu analysieren. Aus dieser Erkenntnis lassen sich dann die Stärken und Schwächen des Landkreises ableiten. In der Diskussion kristallisierten sich zwei Schwerpunkte heraus. Zum einen fehlt es dem Landkreis an entsprechenden Vermarktungsinstrumenten. Die Vorzüge und Standortvorteile der Wesermarsch müssen deutlicher vermarktet werden. Um sowohl Zuzugsimpulse von außen zu generieren als auch Bleibeanreize für die lokale Bevölkerung zu geben, gilt es bei der Initiierung dieses Marketingprozesses darauf zu achten, dass die Kommunikation nach außen und nach innen gerichtet ist. Des Weiteren fehlt es an Wohnangeboten, die an die Bedürfnisse junger Frauen angepasst sind. Dies bedeutet konkret, dass ein Bedarf an Mietimmobilien gesehen wird. Eine Handlungsmöglichkeit zur Verbesserung der Mietsituation könnte in der Sensibilisierung der Wohnungsbaugesellschaft liegen und so Impulse in diese Richtung zu senden.