

STUDIE ZUR BETRIEBLICHEN UND REGIONALEN WILLKOMMENSKULTUR IM ALLGÄU

ALLGÄU GMBH | JANUAR 2026 | ABSCHLUSSBERICHT

- 1. HINTERGRUND UND ZIEL DER STUDIE**
- 2. DIE METHODIK**
- 3. BESTANDSAUFNAHME IN DER REGION:
ERGEBNISSE DER DESKTOP-RECHERCHE UND
INTERVIEWS**
- 4. BESTANDSAUFNAHME IN DEN UNTERNEHMEN:
ERGEBNISSE DER UNTERNEHMENSBEFRAGUNG**
- 5. ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE AUS
DER BESTANDSANALYSE**
- 6. ABLEITUNG DER HANDLUNGSFELDER**
- 7. „NEUE“ ANSÄTZE FÜR EINE
WILLKOMMENSKULTUR IM ALLGÄU**
- 8. FAZIT**

HINTERGRUND UND ZIEL DER STUDIE

Die bisherigen Projekte des Regionalmanagements zur Fachkräftesicherung folgten einer einheitlichen Linie, den drei Säulen der zentralen Fachkräftesicherung in Allgäuer Betrieben:

1. Fachkräftegewinnung
2. Fachkräftebindung und
3. Talentförderung/Fachkräfteentwicklung.

Nun liegt erstmals der Schwerpunkt auf dem Thema Willkommenskultur für Fach- und Arbeitskräfte. Darunter verstehen wir in dieser Studie Neu-Bürger:innen, Zuzügler:innen und Rückkehrer:innen aus dem In- wie dem Ausland, und das in betrieblicher wie in regionaler Hinsicht.

Um die nächste Förderperiode inhaltlich entsprechend auszugestalten, wurde zunächst eine Studie zur Ermittlung der bestehenden Angebote und des Bedarfs der betrieblichen und regionalen Willkommenskultur angestrebt.

Die Analyse der bestehenden regionalen und betriebliche Angebote zur Willkommenskultur, soll dazu beitragen die Fachkräftesituation in der Region weiter zu verbessern.

Daneben soll die Studie aber vor allem auch Hinweise und Aufschluss zur Ableitung konkreter Handlungsfelder und strategischer Maßnahmen geben und somit als Grundlage für zukünftige Projekte und Unterstützungsangebote dienen. So soll einerseits die Bindung von Zuzügler:innen (Fach- und Arbeitskräfte aus dem In- und Ausland) durch gezielte Willkommensformate (regional und betrieblich!) verstärkt werden. Andererseits sollen Arbeitgebenden in der Region für die Bedeutung und den Nutzen einer aktiven Willkommenskultur im Kontext der Fachkräftesicherung weiter sensibilisiert werden.

WAS BEDEUTET REGIONALE WILLKOMMENSKULTUR?

Regionale Willkommenskultur bezeichnet alle Maßnahmen, Angebote und Haltungen, die einer Region oder Kommune helfen, neu zugezogene Fach- und Arbeitskräfte – ob aus dem In- oder Ausland – beim Ankommen und Einleben zu unterstützen. Dazu gehören z. B. Begrüßungsveranstaltungen, mehrsprachige Informationen, Unterstützungsangebote beim Wohnen, bei Behördengängen oder bei der sozialen Integration sowie eine allgemein offene und zugewandte Haltung in Verwaltung, Zivilgesellschaft und Öffentlichkeit.

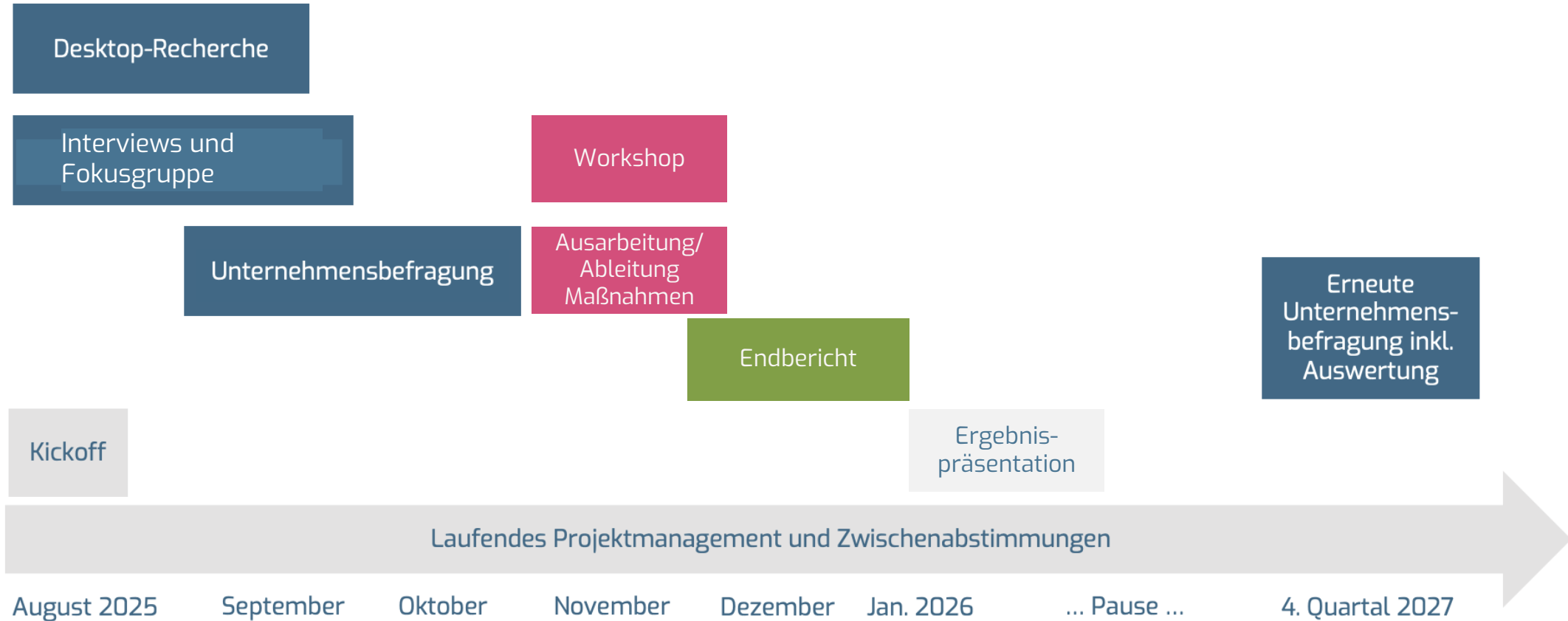
WAS BEDEUTET BETRIEBLICHE WILLKOMMENSKULTUR?

Betriebliche Willkommenskultur meint die Art und Weise, wie Unternehmen neue Mitarbeitende aufnehmen, begleiten und langfristig integrieren – besonders, wenn diese aus anderen Regionen oder Ländern kommen. Dazu zählen z. B. strukturierte Onboarding-Prozesse, eine wertschätzende interne Kommunikation, interkulturelle Sensibilität im Team, Patenschaftsmodelle, Unterstützungsangebote im Alltag (z. B. Wohnungs- oder Sprachhilfe) sowie Maßnahmen, die neue Mitarbeitende emotional ans Unternehmen (und die Region) binden und ihnen das Gefühl geben, willkommen und gewollt zu sein.

DIE METHODIK

DER PROZESS IM ÜBERBLICK:

MODULDREI



DIE STUDIE VERFOLGT EINEN MIXED-METHOD-ANSATZ.

MODULDREI

Die Studie basiert auf einem **mehrstufigen**, modularen methodischen Design, das **qualitative und quantitative** Erhebungsmethoden kombiniert, um ein umfassendes Bild der bestehenden Angebote sowie der Bedarfe auf regionaler und betrieblicher Ebene zu erheben.

Denn Ziel ist es, eine **strategische Grundlage** für weitere Maßnahmen zu schaffen und eine vergleichbare Wiederholung der Unternehmensbefragung zu ermöglichen, um Veränderungen im Zeitverlauf nachvollziehen zu können.

DIE STUDIE LÄSST SICH IN FOLGENDE SCHRITTE GLIEDERN:

MODULDREI

1. Bestandsanalyse in der Region

- Analyse bestehender regionaler Angebote zur Willkommenskultur über Desktop-Recherche und qualitative Interviews mit Fachexpert:innen

2. Bestandsanalyse in den Allgäuer Betrieben

- Analyse bestehender betrieblicher Angebote sowie Erhebung der Bedarfe Allgäuer Arbeitgeber zur betrieblichen und regionalen Willkommenskultur durch eine quantitative Arbeitgeberbefragung (wird 2027 wiederholt)

3. Ableitung von Handlungsfeldern und Maßnahmen

- Entwicklung strategischer Empfehlungen und Impulse auf Basis der erhobenen Daten in einem gemeinsamen Workshop zusammen mit der Allgäu GmbH, den lokalen Wirtschaftsförderungen, den Kammern und der Bundesagentur für Arbeit
- Zusammenführung der Perspektiven (regional und betrieblich)
- Clustering in Handlungsfelder und Themenschwerpunkte
- Ableitung von konkreten Maßnahmenideen

BESTANDSAUFNAHME IN DER REGION

DESKTOP-RECHERCHE: ES GIBT VIELE ANGEBOTE FÜR INTERNATIONALE FACHKRÄFTE, JEDOCH KAUM FÜR ZUGEZOGENE AUS DEUTSCHLAND.

- Der Begriff „Willkommenskultur“ wird überwiegend mit der Integration von Geflüchteten und ausländischen Fach- und Arbeitskräften verbunden. Ein breiteres Verständnis des Begriffes – so wie wir ihn für dieses Projekt definiert haben – gibt es kaum.
- Man findet daher auch vor allem Angebote, die sich an internationale Fachkräfte richten wie Sprachkurse usw.
- Auch Angebote an Unternehmen sind insgesamt rar. Sie drehen sich vor allem um die Einstellung von ausländischen Fachkräften.
- Insgesamt sind die Angebote sehr kleinteilig und stützen sich häufig auf das (ehrenamtliche) Engagement Einzelner.
- Zudem sind die Angebote schwer zu finden. Es fehlt definitiv an gebündelten Informationen. Viele Angebote sind auch nicht online recherchierbar. Aus den Gesprächen wissen wir, dass einige Angebote nur über Mund-zu-Mund-Propaganda weitergetragen werden – insbesondere in den einzelnen Communitys.

NEBEN DER EIGENEN RECHERCHE HABEN WIR MIT FACHLEUTEN GESPROCHEN:

- 11 Expert:innen-Interviews (kommunale Perspektive, betriebliche Perspektive, soziale & gesellschaftliche Perspektive, Fachkraft-Perspektive)
- Fokusgruppe mit den Wirtschaftsförderungen

- Wohnraum: Dies wird von fast allen als die absolut oberste Priorität und größte Hürde genannt - sowohl die Verfügbarkeit als auch die Bezahlbarkeit.
- Sprache und Qualifikation: Für Zugewanderte aus dem Ausland sind die Deutschkenntnisse (gefordert wird oft B2 oder C1) das größte Hindernis.
- Bürokratie und Anerkennung: Die langwierige Anerkennung von Abschlüssen führt zu Resignation und dem „Verschenken von Kompetenzen“.
- Vereinsamung und soziale Isolation: Dieser „mentale Aspekt“ wird häufig als Grund für die Abwanderung von Fachkräften genannt.
- Fehlende Infrastruktur für Familien: Mangel an Kindergarten- und Krippenplätzen sowie die schwierige Suche nach Fachärzten machen die Region für Fachkräfte mit Familie unattraktiv.
- Darüber hinaus werden ebenfalls häufig das Thema Mobilität (ÖPNV) und medizinische Versorgung genannt.

ES GIBT VIELE ANGEBOTE IN DER REGION, ABER DIESE SIND SEHR KLEINTEILIG ORGANISIERT.

- Anerkennungsberatung durch das IQ-Netzwerk („Tür an Tür“) und die Kammern.
- Angebote der zivilgesellschaftlichen und kirchlichen Träger (Diakonie, Caritas).
- Kommunen und ihre Integrationsbeauftragte.
- Es gibt viele Sprachenstammtische und ehrenamtliche Initiativen wie den Kochzirkel „KOFA (Kochen für alle)“ oder die Facebook-Seite „Willkommen in Kempten“, die zur sozialen Anbindung dienen. Auch das „Haus International“ wird hier häufig als Treffpunkt genannt. Der **Stadtjugendring** und andere **Kulturvereine** stecken ebenfalls häufig hinter solchen Angeboten.
- Die ehrenamtliche Arbeit in den Städten und Gemeinden (Unterstützung bei Behörden, Arztbesuchen) funktioniert nach wie vor sehr gut und wird hoch geschätzt.
- Integreat App wird als gutes digitales Instrument zur Bündelung lokaler Ankommens-Informationen genannt.

Regionale
Willkommens-
kultur

BESTEHENDE ANGEBOTE IN DEN BETRIEBEN BASIEREN ÜBERWIEGEND AUF INDIVIDUELLEM ENGAGEMENT.

Engagierte Unternehmen bieten oft weitreichende Unterstützung mit „Kümmerer“-Funktion:

- Wohnraum: Bereitstellung von (Übergangs-) Wohnungen, da die Wohnungssuche allein kaum zu bewältigen ist.
- Paten- und Mentorensysteme: Ein Buddy oder Pate bzw. eine Patin kümmert sich um die soziale und praktische Integration. Dies reicht von der Begleitung zu Ämtern bis zur gemeinsamen Freizeitgestaltung.
- Ganzheitliche Integration: Sehr engagierte Betriebe kümmern sich um die Familien (Kindergarten-/Schulanmeldung, Anerkennungsberatung der Partner:innen).
- Anpassung der Arbeitsbedingungen: Manche Unternehmen passen die Arbeitszeiten an die Bedürfnisse der Zuzügler:innen an, z. B. verlängerte Wochenenden für Fachkräfte aus dem Westbalkan, damit diese heimfahren können.
- Insgesamt reagieren die Unternehmen aber vor allem auf die individuellen Fälle und Bedürfnisse. Strukturierte Programme gibt es in der Regel nur in den großen, international agierenden Betrieben.

Betriebliche
Willkommens-
kultur

DIE SCHWÄCHE LIEGT IN DER FEHLENDEN ORGANISATION UND TRANSPARENZ DER ANGEBOTE.

- Fehlendes Welcome Center: Fast alle Expert:innen sehen hier die größte Lücke. Es fehlt eine zentrale Anlaufstelle, die alle Angebote bündelt und als erste Ansprechperson dient, um die Wege für Zuzügler:innen zu verkürzen.
- Anerkennung und Fachberatung: Es fehlt eine echte, niederschwellige Anerkennungsberatung direkt im Allgäu.
- Fehlende Begleitung zum Betrieb: Notwendig wäre eine aktive Begleitung in die Firmen hinein, um Geschäftsinhaber über Qualifikationen zu beraten und den Einstieg z. B. über Praktika zu ermöglichen.
- Vernachlässigte soziale/ familiäre Angebote: Der Fokus der Netzwerkarbeit liegt oft auf den „harten Fakten“ (Arbeit, Aufenthalt), während der Freizeitbereich und die familiären Anbindungen zu kurz kommen.
- Mobilität: Die Verkehrsanbindungen (ÖPNV) sind ein gravierendes Problem für die Zielgruppen, da man ohne eigenes Auto kaum mobil ist.

FAZIT

ES GIBT VIELE ANGEBOTE FÜR INTERNATIONALE FACHKRÄFTE, JEDOCH KAUM FÜR ZUGEZOGENE AUS DEUTSCHLAND.

- Der Begriff „Willkommenskultur“ wird überwiegend im Zusammenhang mit der Integration von Geflüchteten und ausländischen Fach- und Arbeitskräften verbunden. Ein breiteres Verständnis des Begriffes – so wie wir ihn in diesem Projekt definiert haben – gibt es kaum.
- Man findet daher auch vor allem Angebote, die sich an internationale Fachkräfte richten wie Sprachkurse usw.
- Auch Angebote für Unternehmen sind insgesamt eher rar. Die, die es gibt, drehen sich vor allem auch um das Thema Einstellung von ausländischen Fachkräften.
- Insgesamt sind die Angebote sehr kleinteilig und stützen sich häufig auf das (ehrenamtliche) Engagement Einzelner.
- Zudem sind die Angebote alle eher schwer zu finden. Es fehlt definitiv an gebündelten Informationen. Viele Angebote sind auch nicht online recherchierbar. Aus den Gesprächen wissen wir, dass einige Angebote nur über Mund-zu-Mund-Propaganda weitergetragen werden – insbesondere in den einzelnen Communitys.

BESTANDSAUFNAHME IN DEN UNTERNEHMEN

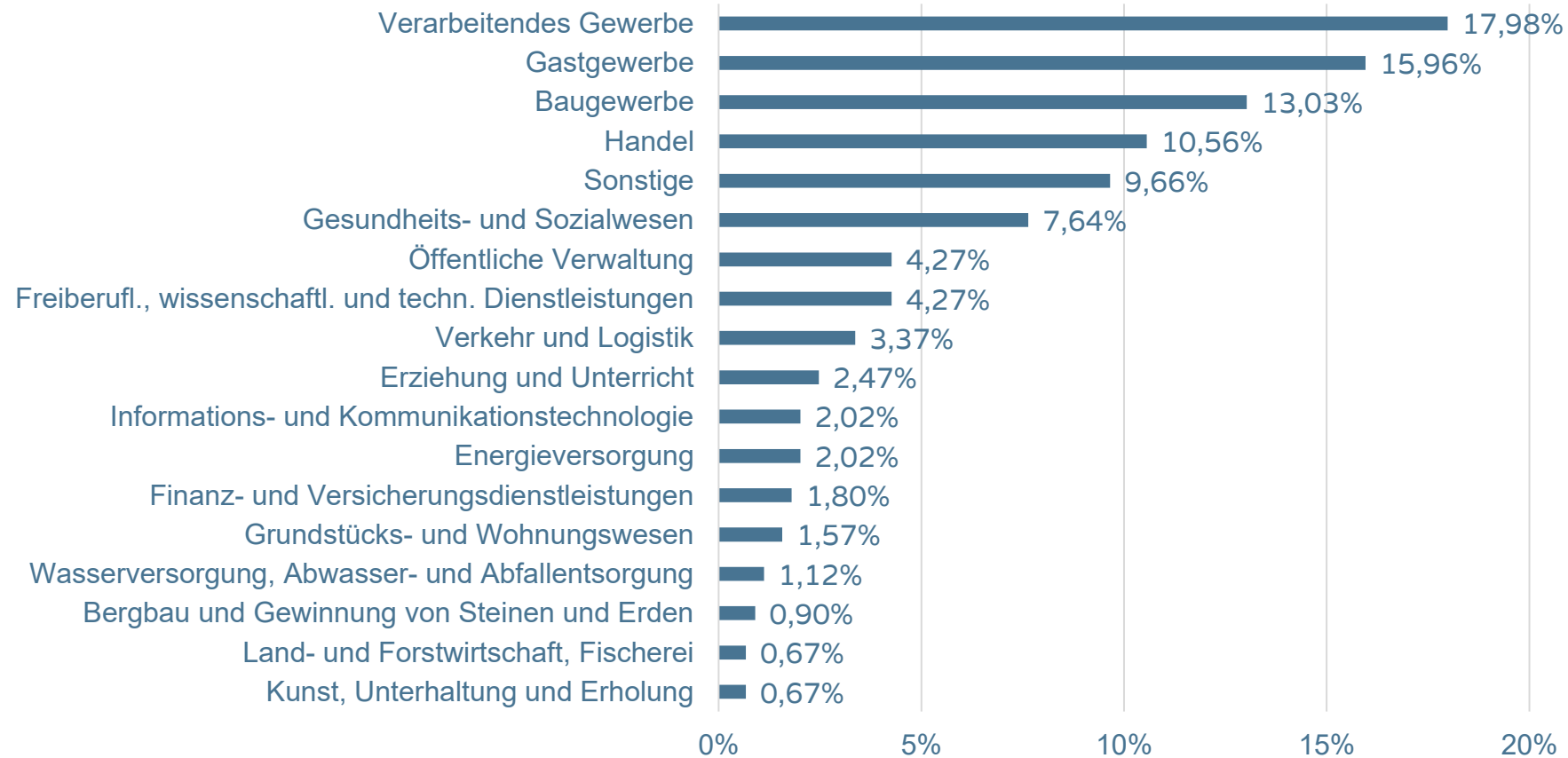
**WIR HABEN MIT EINER BEFRAGUNG AUCH DIE
PERSPEKTIVE DER BETRIEBE BELEUCHTET, UM
EINBLICKE IN DIE BETRIEBLICHE
WILLKOMMENSKULTUR ZU ERHALTEN.**

**DIE UMFRAGE FAND STATT ZWISCHEN DEM
22. SEPTEMBER UND DEM 20. OKTOBER 2025.**

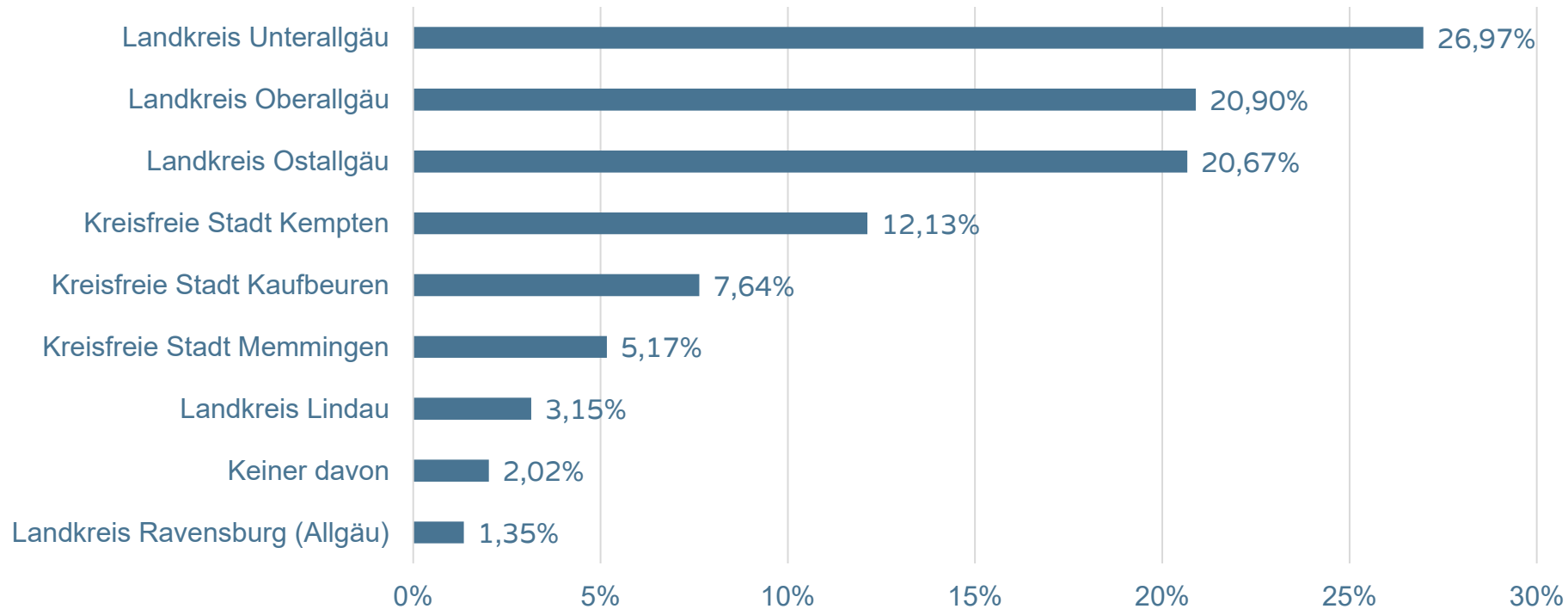
**INSGESAMT HABEN 524 PERSONEN
TEILGENOMMEN.**

**360 PERSONEN HABEN DIE UMFRAGE
VOLLSTÄNDIG BEANTWORTET. DAS SIND 68,7
PROZENT DER TEILNEHMENDEN.**

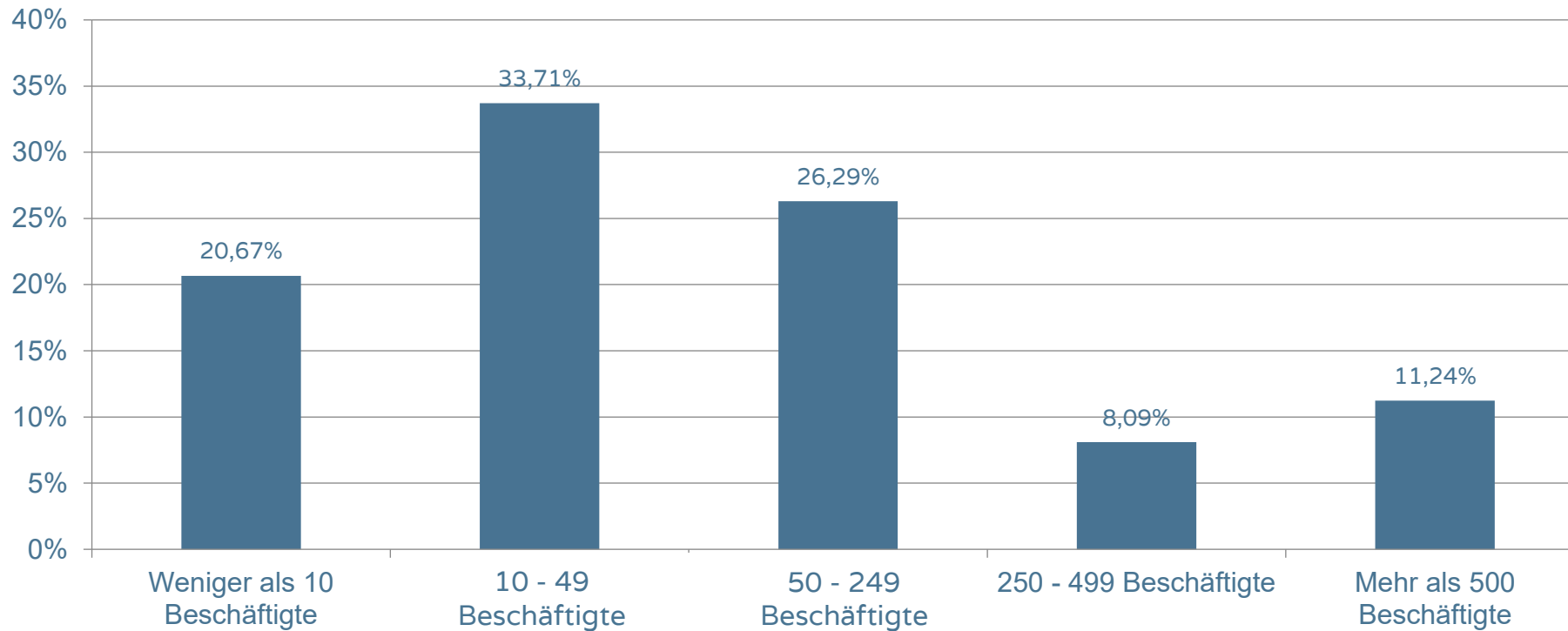
DAS ALLGÄU VEREINT INDUSTRIELLE STÄRKE MIT EINER DIENSTLEISTUNGSORIENTIERTEN TOURISMUSWIRTSCHAFT.



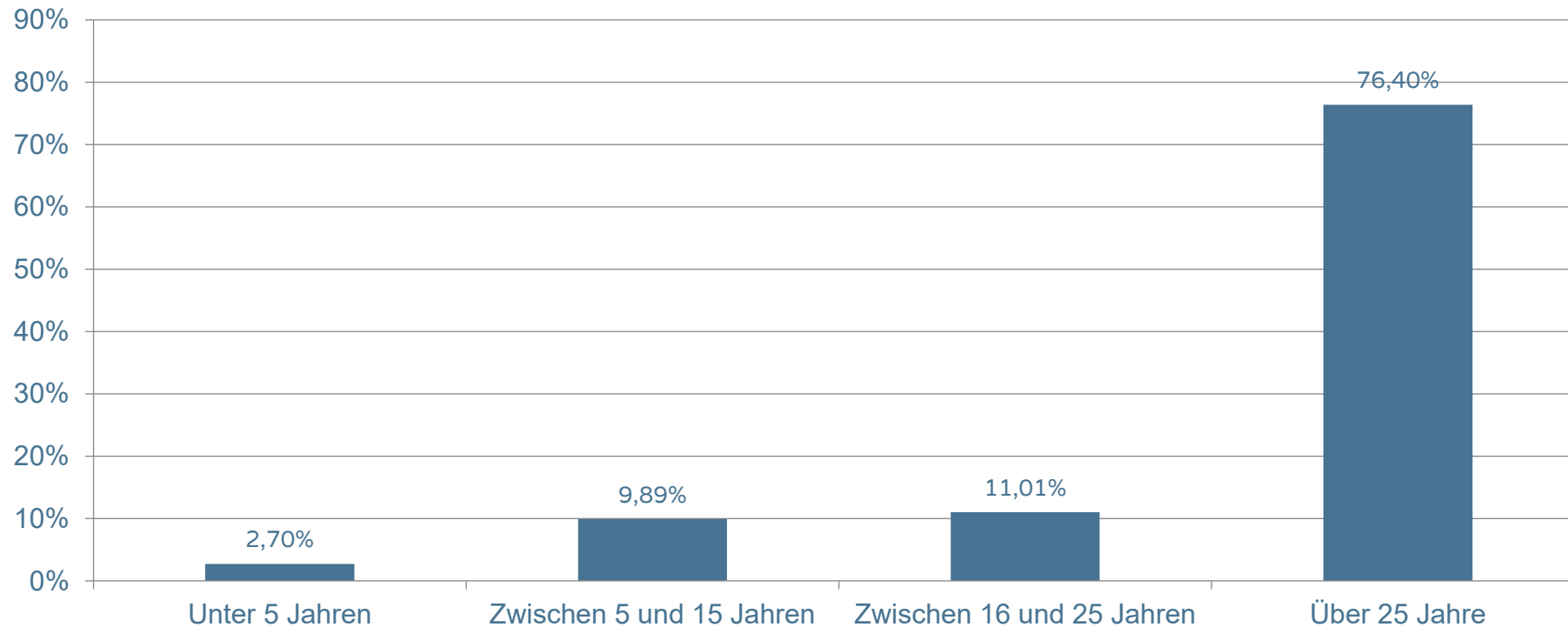
DIE TEILNEHMENDEN UNTERNEHMEN VERTEILEN SICH NICHT GANZ GLEICHGEWICHTIG.



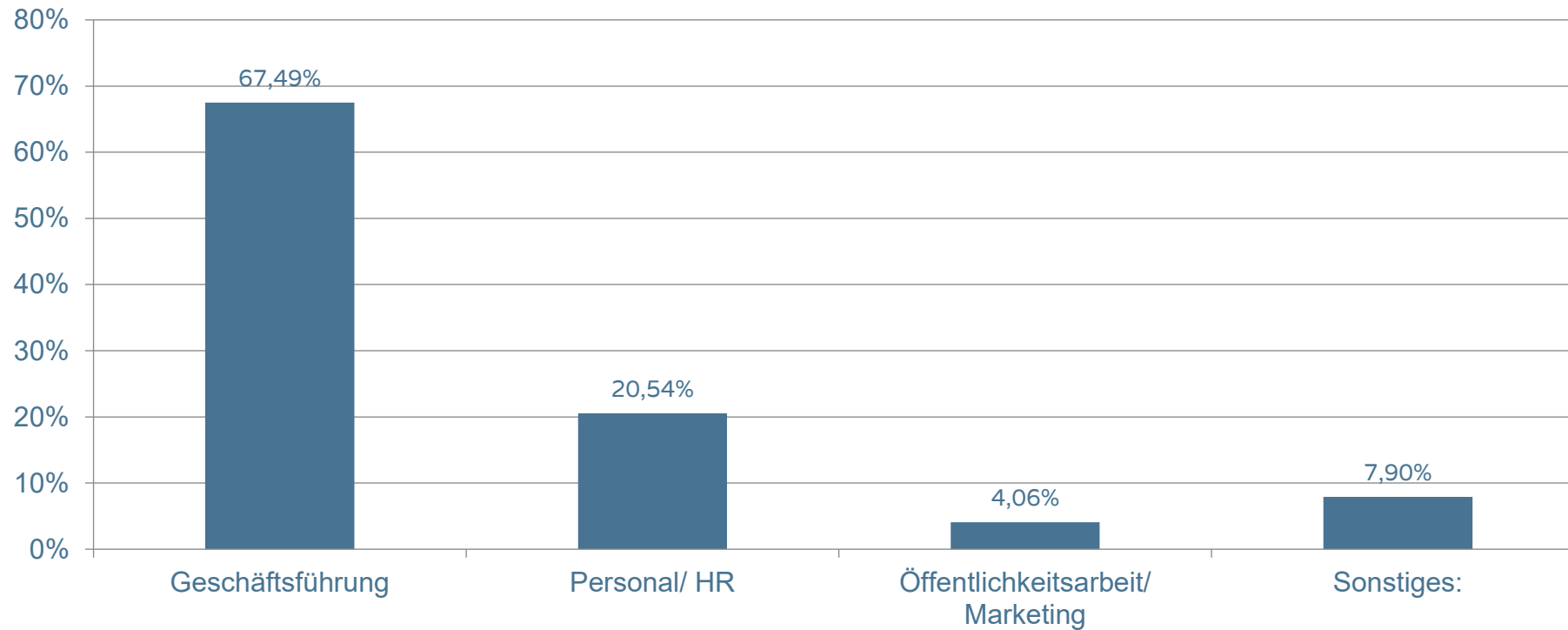
DIE TEILNAHME BILDET DIE ALLGÄUER UNTERNEHMENSLANDSCHAFT GUT AB.



ALLGÄUER UNTERNEHMEN SIND HÄUFIG FEST IN DER REGION VERWURZELT.



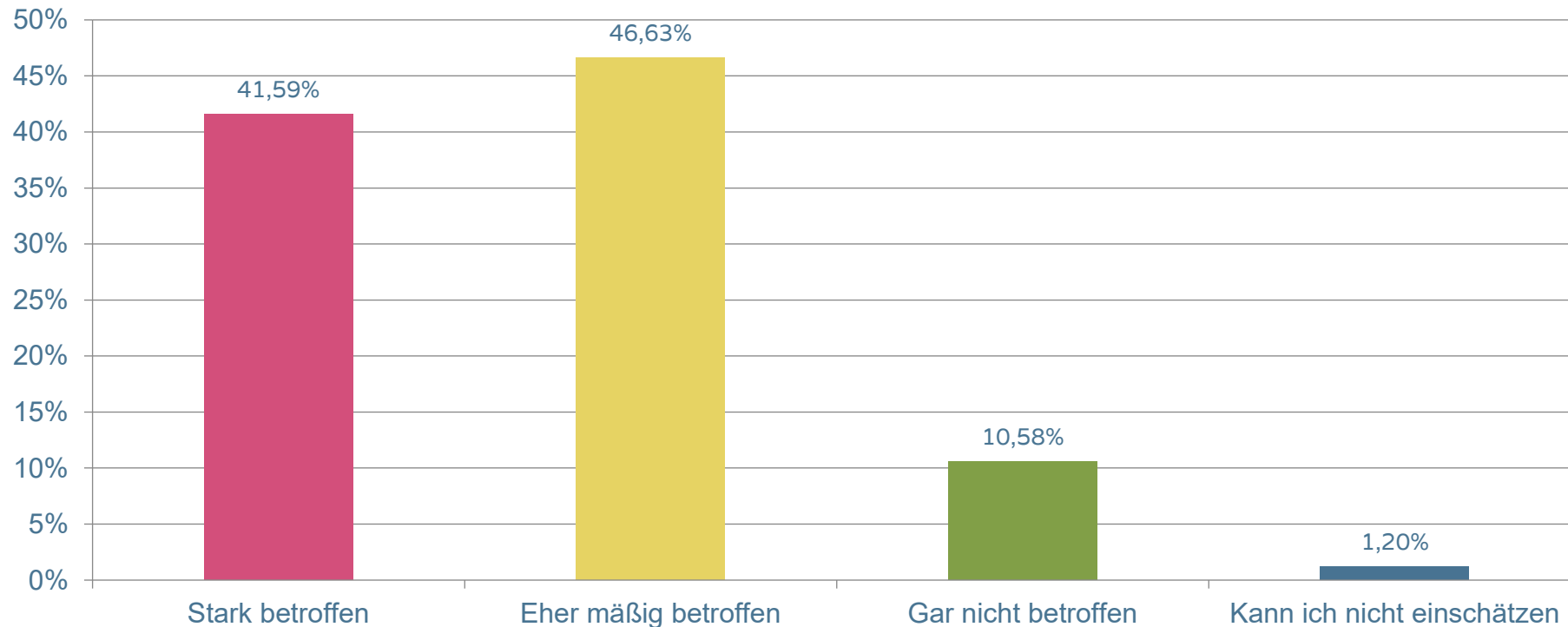
DIE ANTWORTEN KOMMEN GANZ ÜBERWIEGEND VON DER ERSTEN FÜHRUNGSEBENE.



Sonstige: Leitende Position (2,9%, n=13); Angestellt (1,1%, n=5); Weitere (1,8%, n=8)

DER FACHKRÄFTEMANGEL IST FÜR ALLGÄUER BETRIEBE SPÜRBARE REALITÄT.

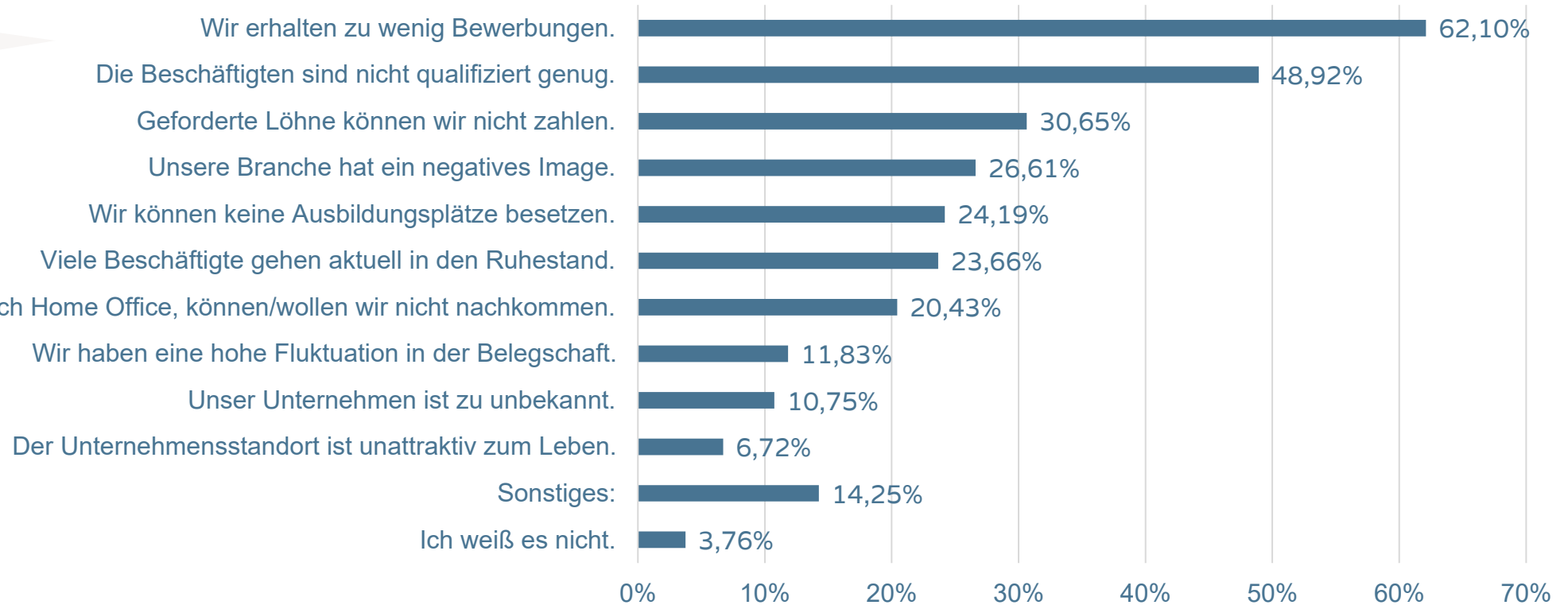
Wie stark sind Sie aktuell vom Arbeits- und Fachkräftemangel betroffen?



DIE BETRIEBE SEHEN VOR ALLEM EIN ANGEBOTS- UND QUALIFIKATIONSPROBLEM.

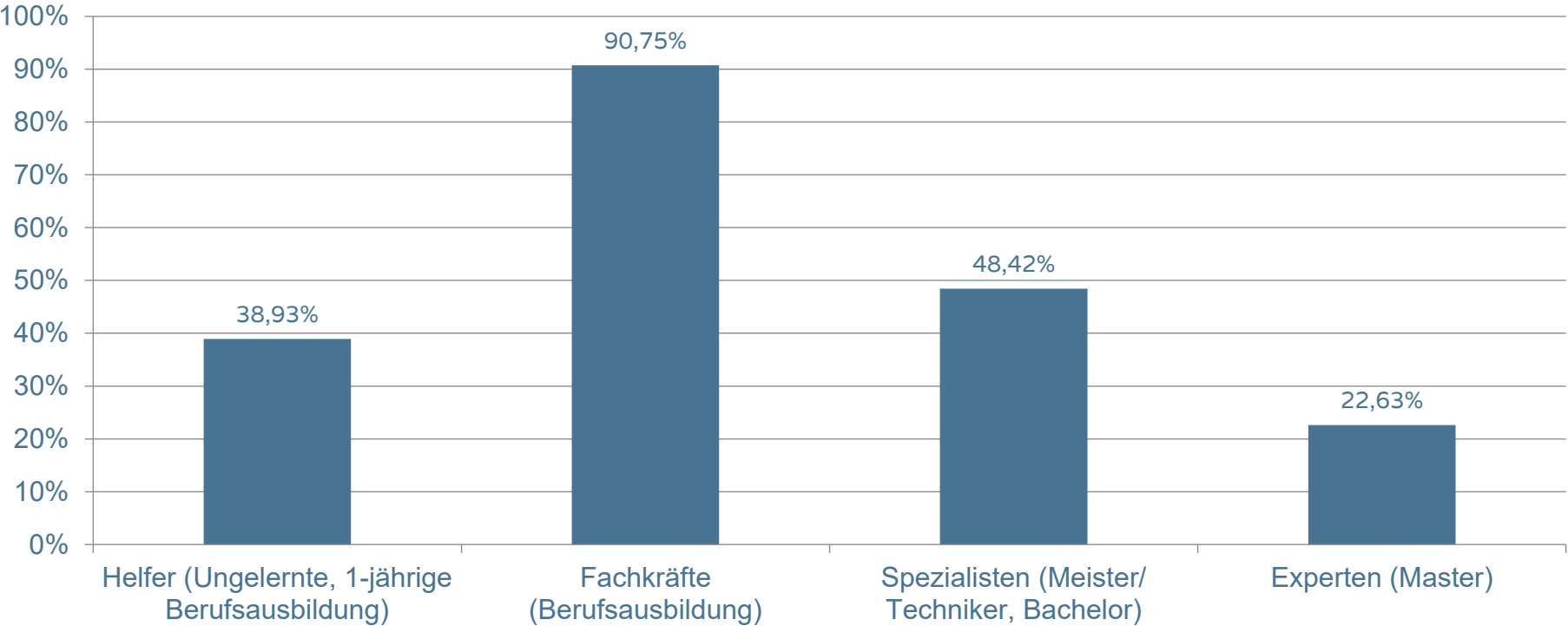
Gründe für den Arbeitskräftemangel:

Das waren auch 2022 schon die Top2-Gründe.



Sonstige (Auswahl): Wohnraum und Lebenshaltungskosten (2,68%, n=10); Nachwuchs (2,42%, n=9), Teilzeit / Work-Life-Balance / Motivation (1,88%, n=7)

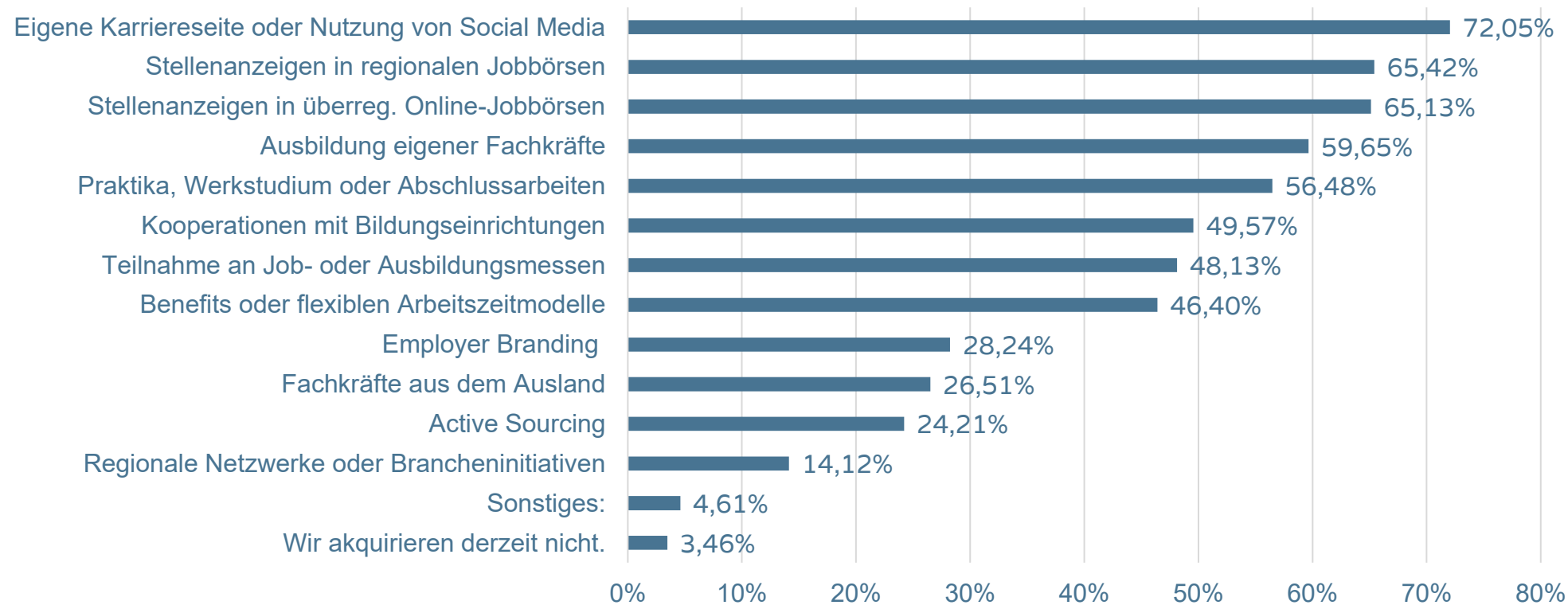
FAST ÜBERALL GESUCHT WERDEN FACHKRÄFTE MIT BERUFSAUSBILDUNG.



**BETRIEBLICHE PERSPEKTIVE AUF
DIE FACHKRÄFTESICHERUNG**

ALLGÄUER UNTERNEHMEN SETZEN VOR ALLEM AUF KLASSISCHE WEGE DER FACHKRÄFTEGEWINNUNG.

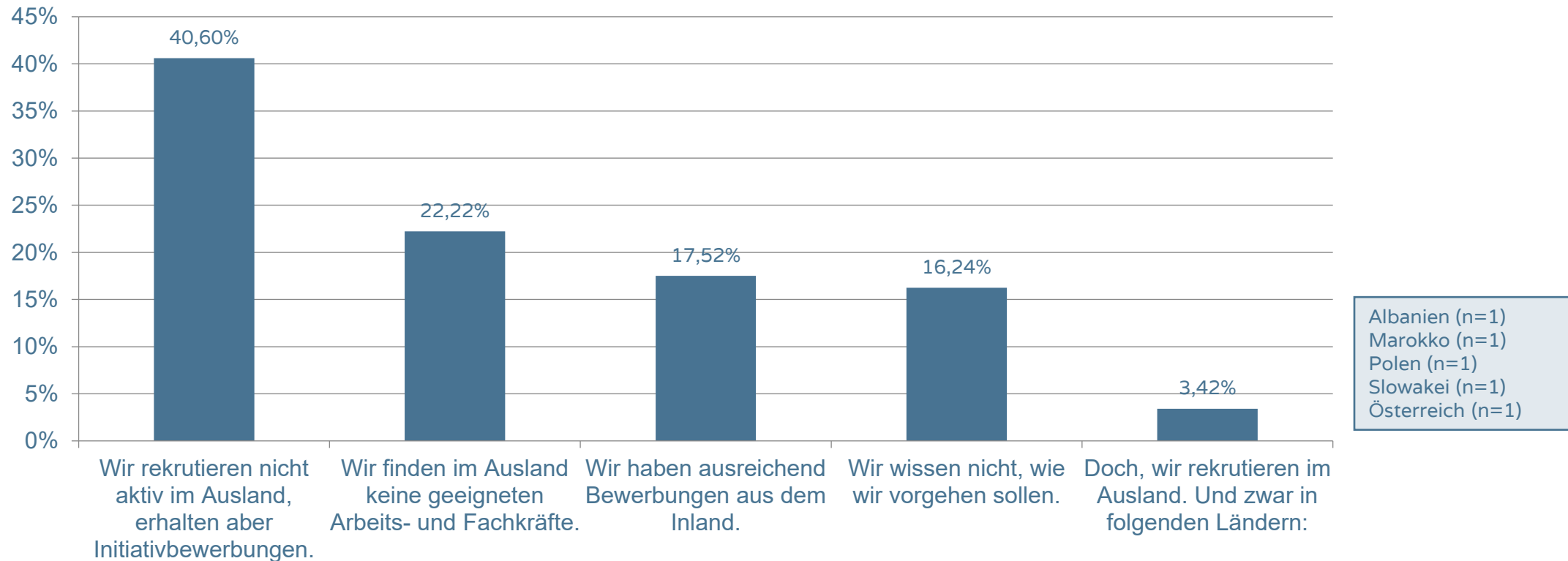
Was tun Sie selbst, um Arbeits- und Fachkräfte zu akquirieren?



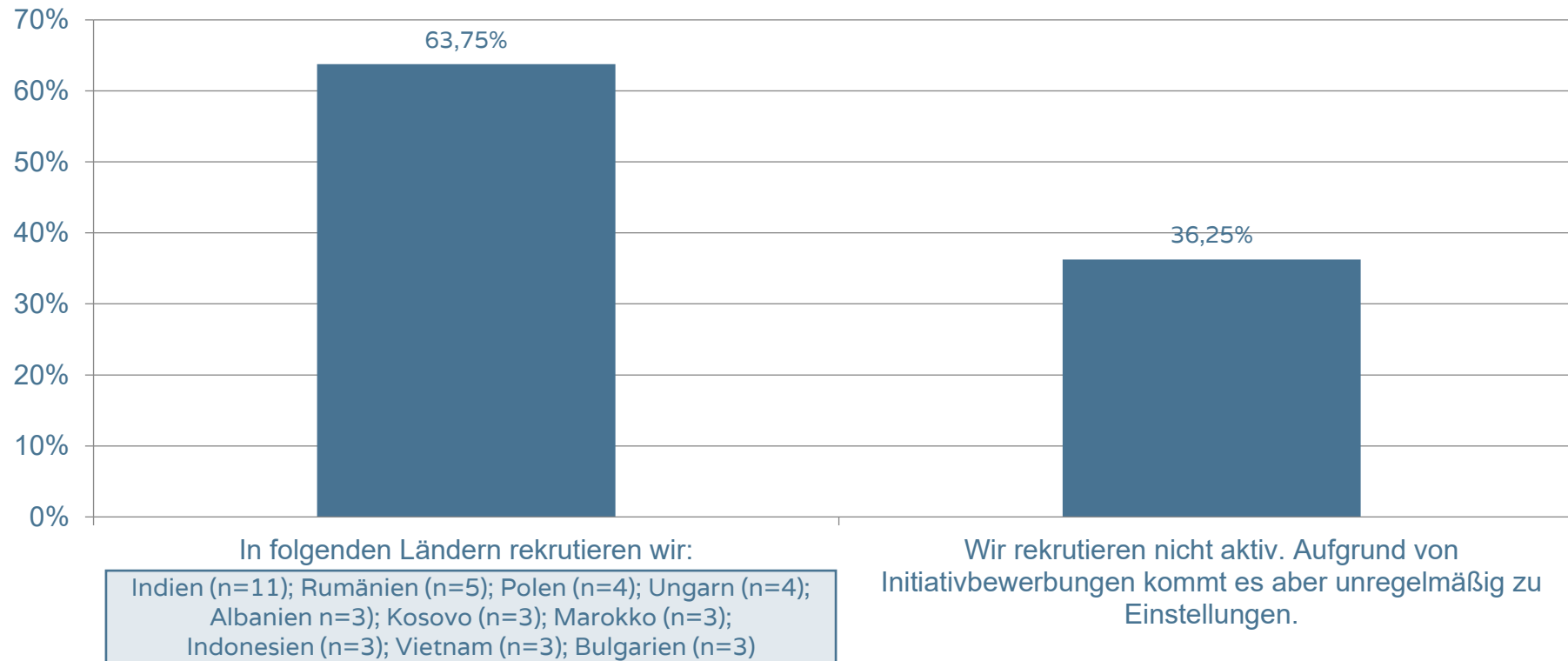
Sonstige (eine Auswahl): Employer Branding / Kommuniaktion (1,44%, n=5); Mitarbeiterempfehlungen / Internes Recruiting (1,15%, n=4)

DIE GRÜNDE, NICHT SELBST IM AUSLAND ZU AKQUIRIEREN, SIND UNTERSCHIEDLICH.

Warum rekrutieren Sie selbst keine Fach- und Arbeitskräfte im Ausland?

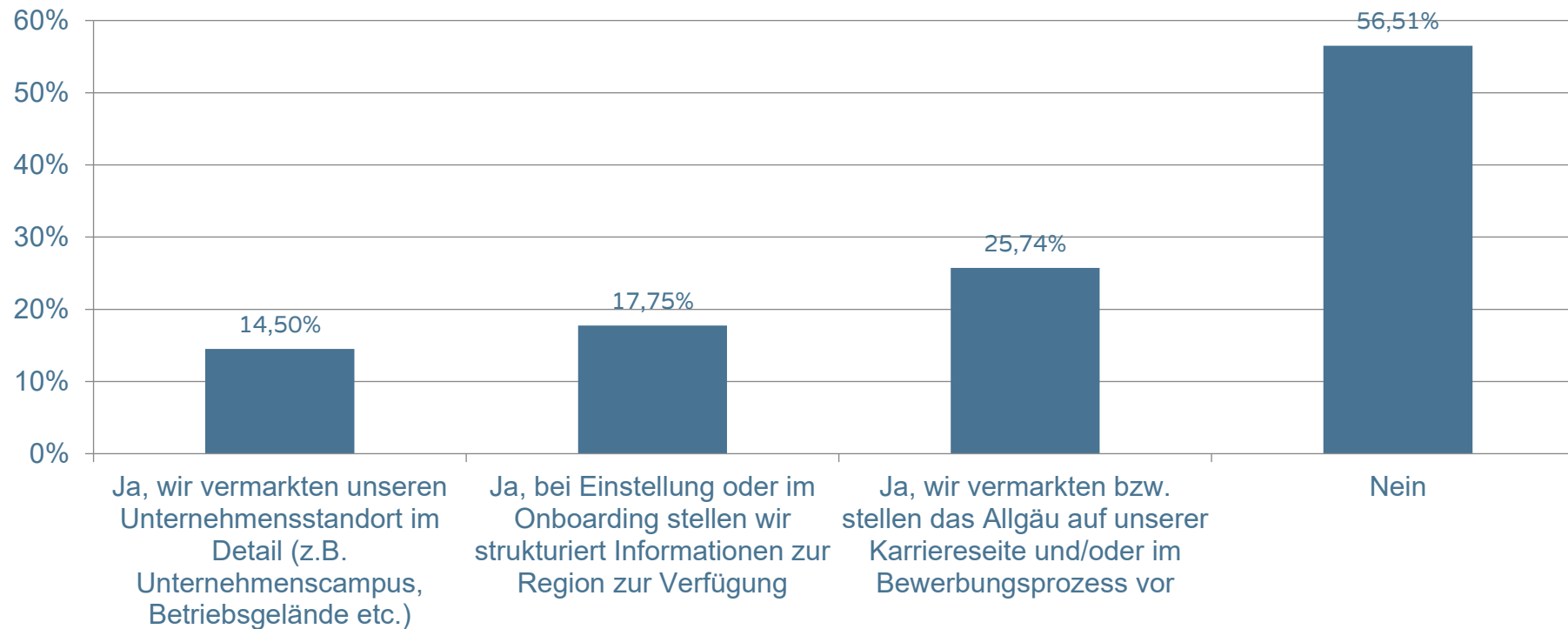


INTERNATIONALE FACHKRÄFTE KOMMEN AUS EINEM BREITEN SPEKTRUM VON HERKUNFTSLÄNDERN.



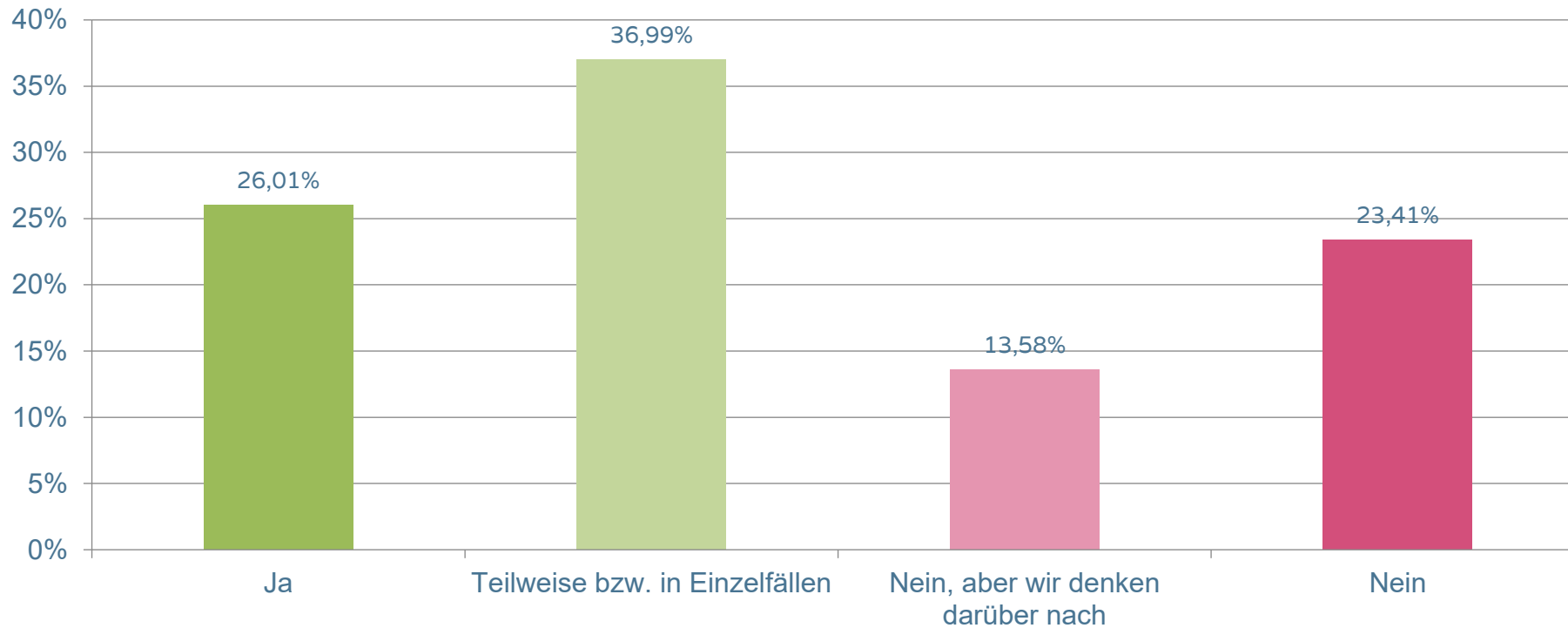
DAS POTENZIAL DES STANDORTS ALLGÄU WIRD IM „EMPLOYER BRANDING“ KAUM AUSGESCHÖPFT.

Weisen Sie auf Ihren Unternehmensstandort im Allgäu als Argument für Sie als Arbeitgeber hin?



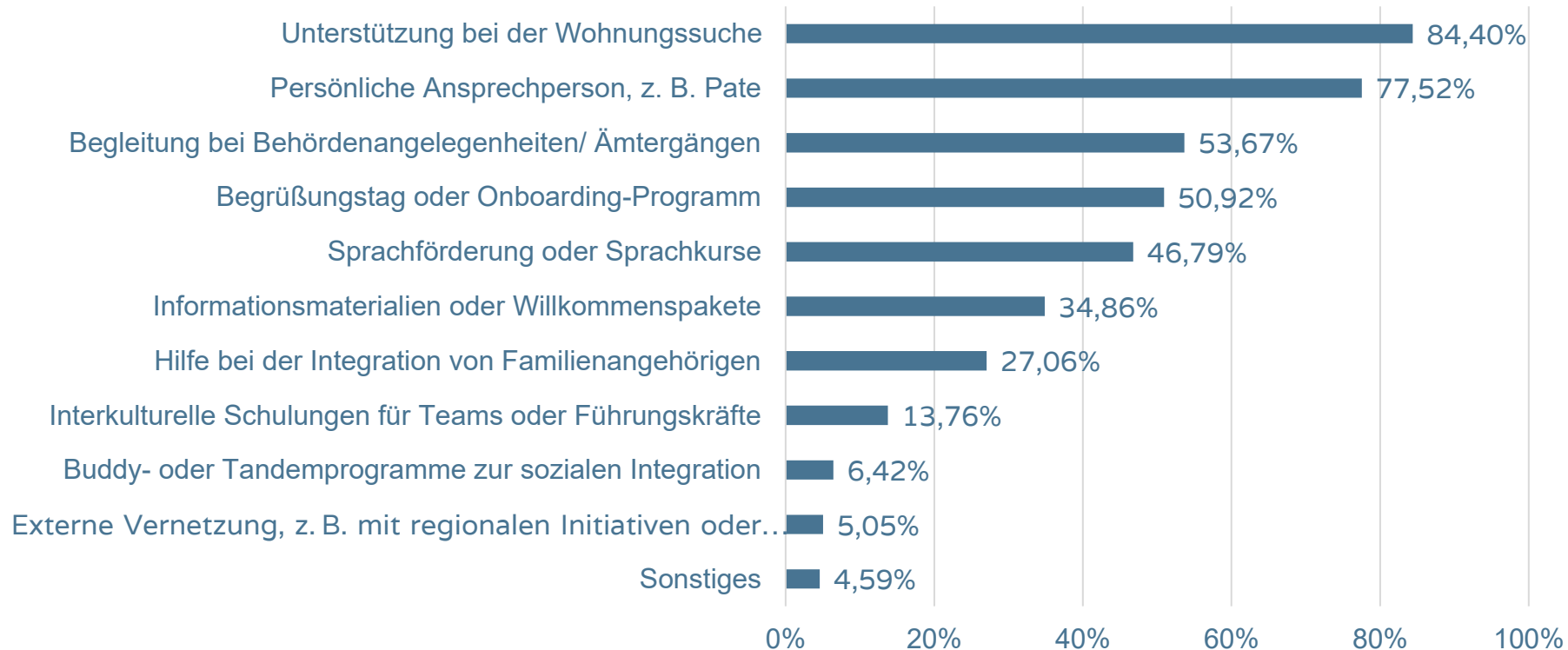
VIELE ALLGÄUER UNTERNEHMEN UNTERSTÜTZEN NEUE MITARBEITENDE BEREITS – ABER OFT NUR PUNKTUELL.

Bietet Ihr Unternehmen Maßnahmen oder Unterstützungsangebote für neu zugezogene Mitarbeitende an?

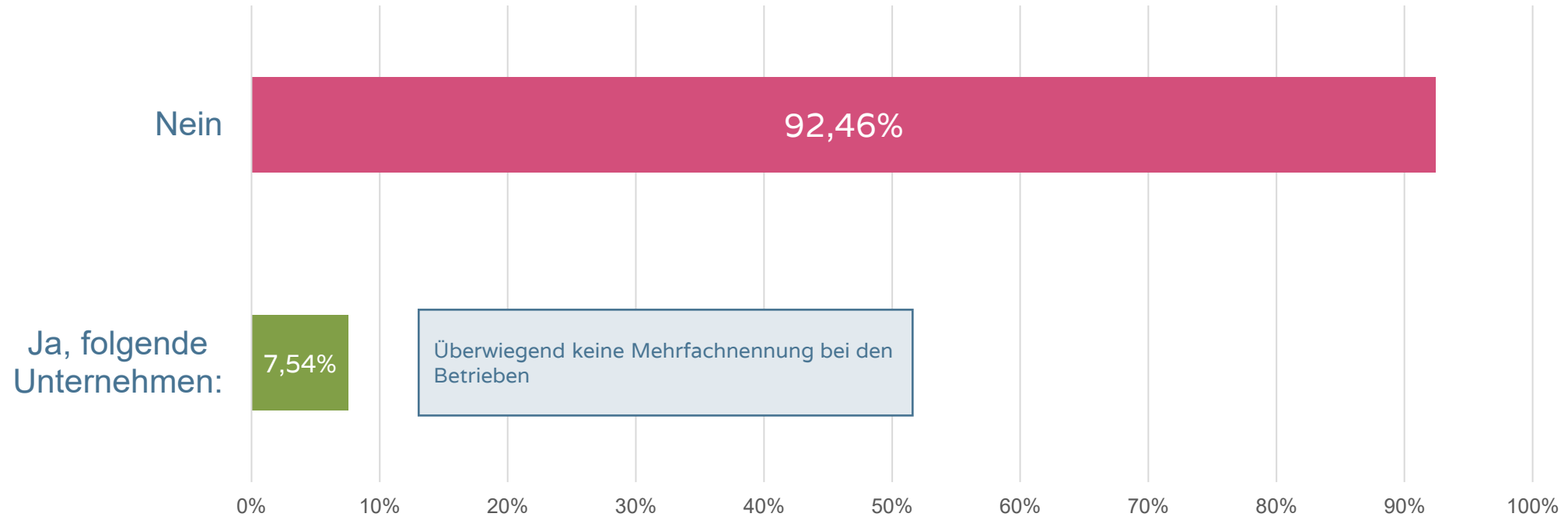


UNTERNEHMEN, DIE INTEGRATIONSMAßNAHMEN ANBIETEN, UNTERSTÜTZEN VOR ALLEM BEI WOHNEN UND ANKOMMEN.

Diese Unterstützungsangebote gibt es:

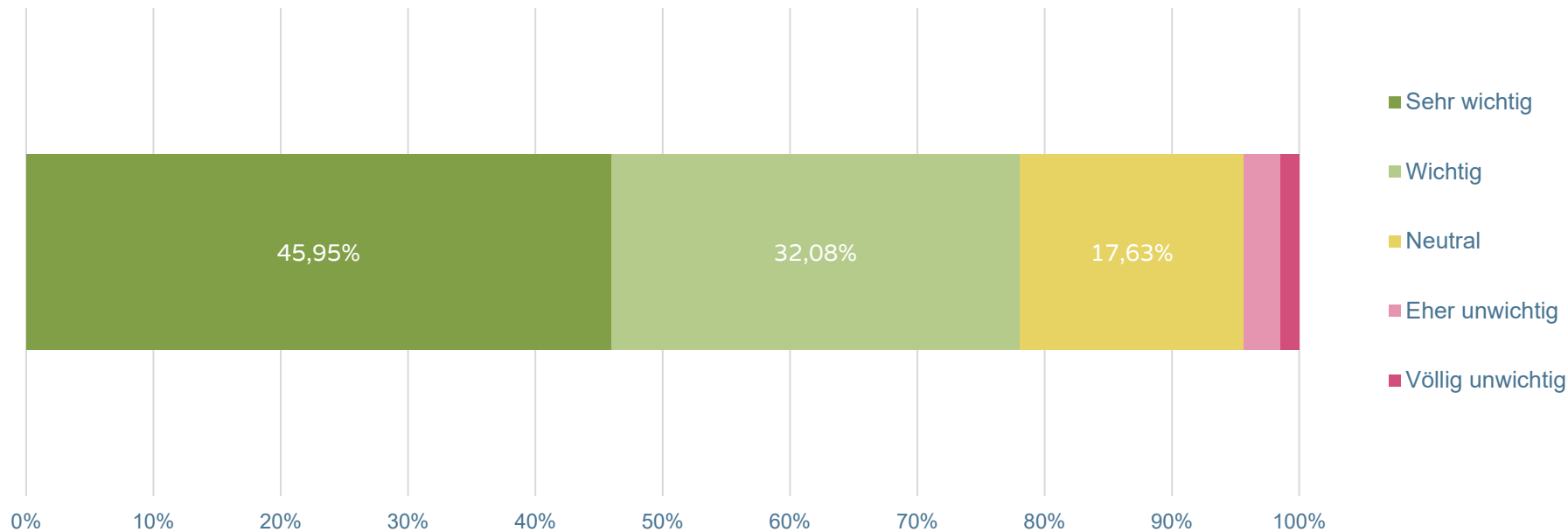


BEST PRACTICES IN DER REGION SIND KAUM BEKANNT.



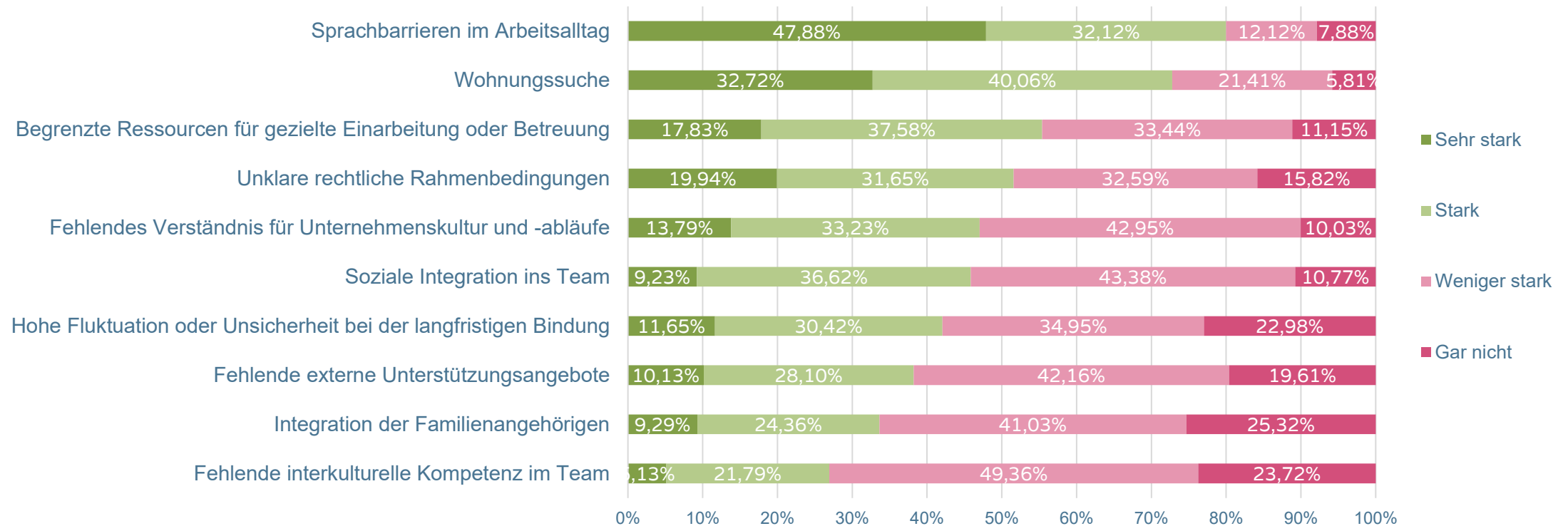
FAST 80 PROZENT HALTEN EINE BETRIEBLICHE WILLKOMMENSKULTUR FÜR WICHTIG.

Wie schätzen Sie die Bedeutung einer betrieblichen Willkommenskultur für die erfolgreiche Integration neuer Mitarbeitenden (aus dem In- und Ausland) ein?



DIE WICHTIGSTEN HERAUSFORDERUNGEN SIND SPRACHBARRIEREN UND DIE WOHNUNGSSUCHE. ABER NICHT NUR.

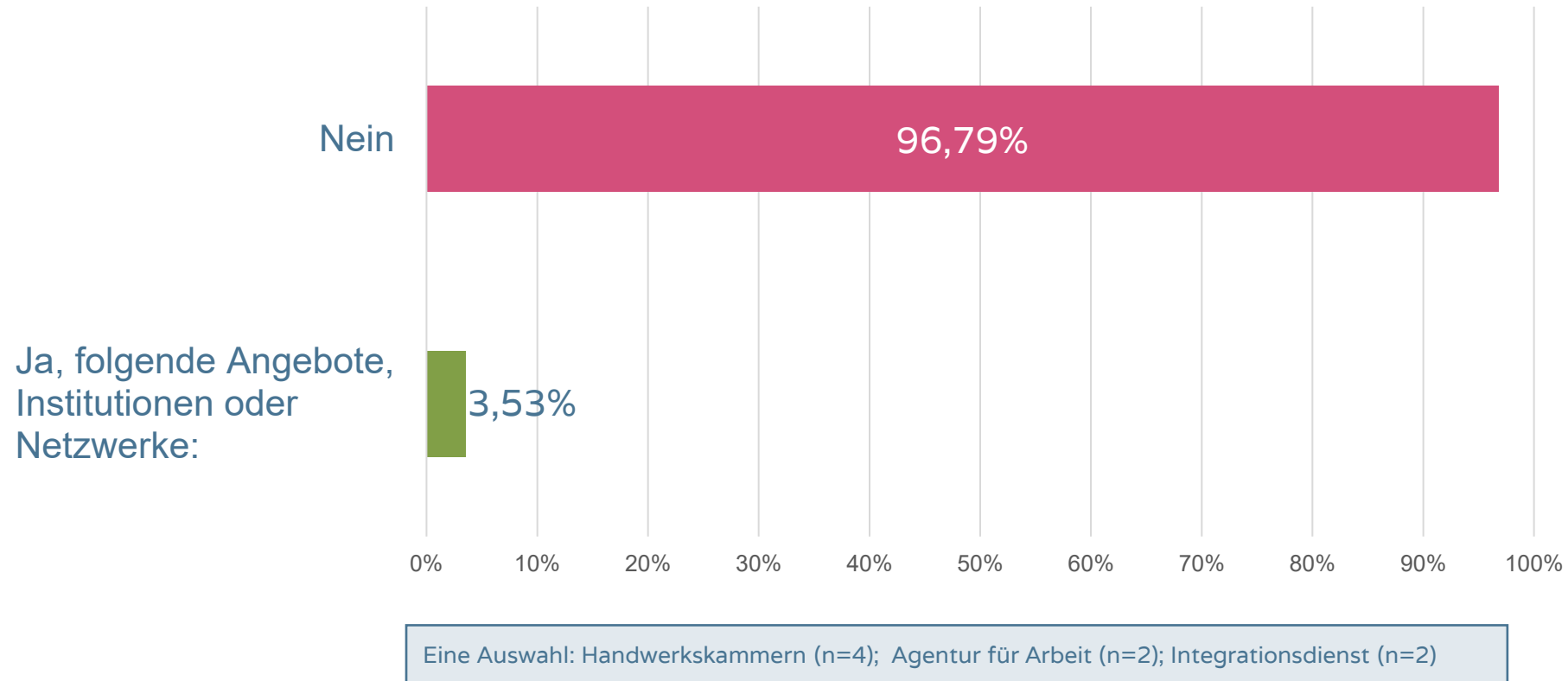
Wie stark beeinflussen die folgenden Herausforderungen Sie bei der Integration von neuen bzw. zugezogenen Mitarbeitenden in Ihrem Betrieb?



REGIONALE UNTERSTÜTZUNGSANGEBOTE

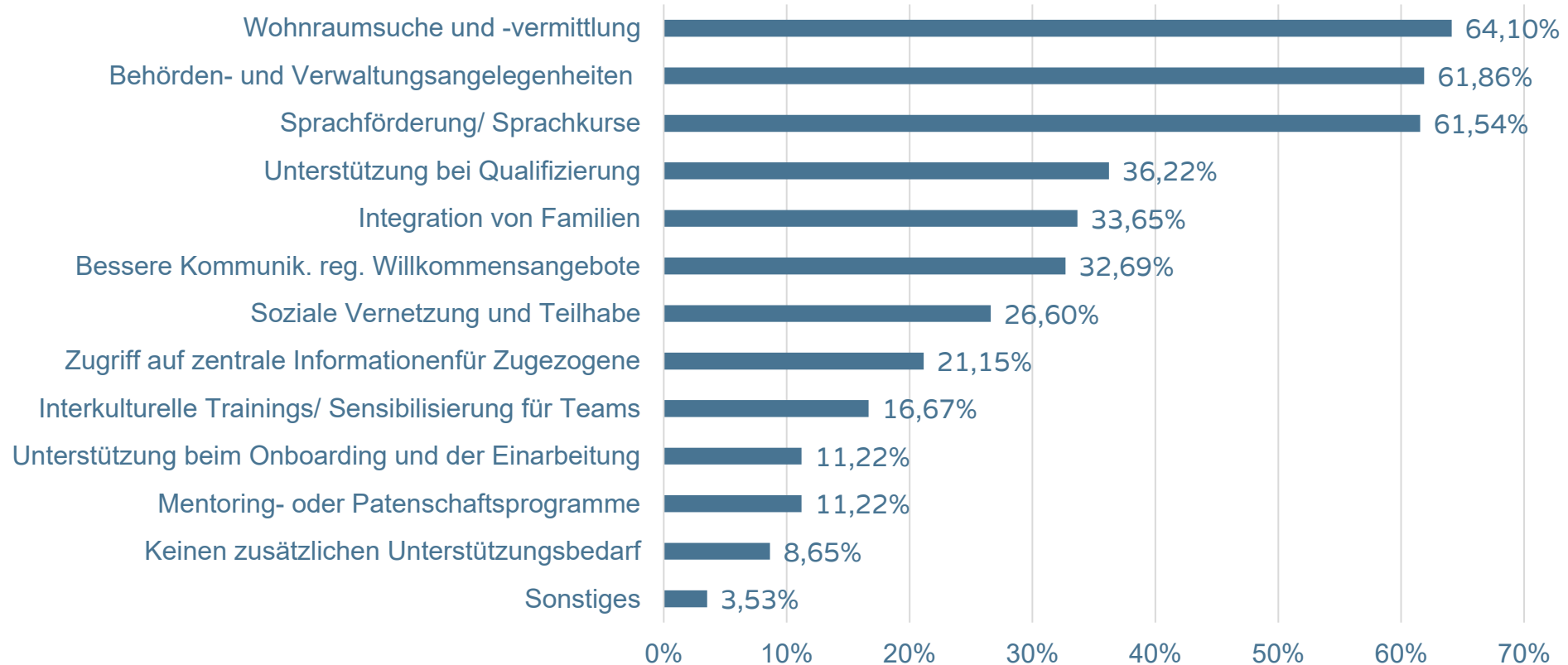
UNTERSTÜTZUNGSANGEBOTE FÜR DIE WILLKOMMENS- KULTUR SIND DEN ALLERMEISTEN UNBEKANNT.

Kennen Sie regionale Angebote oder Unterstützungsformate, um Arbeits- und Fachkräfte willkommen zu heißen?



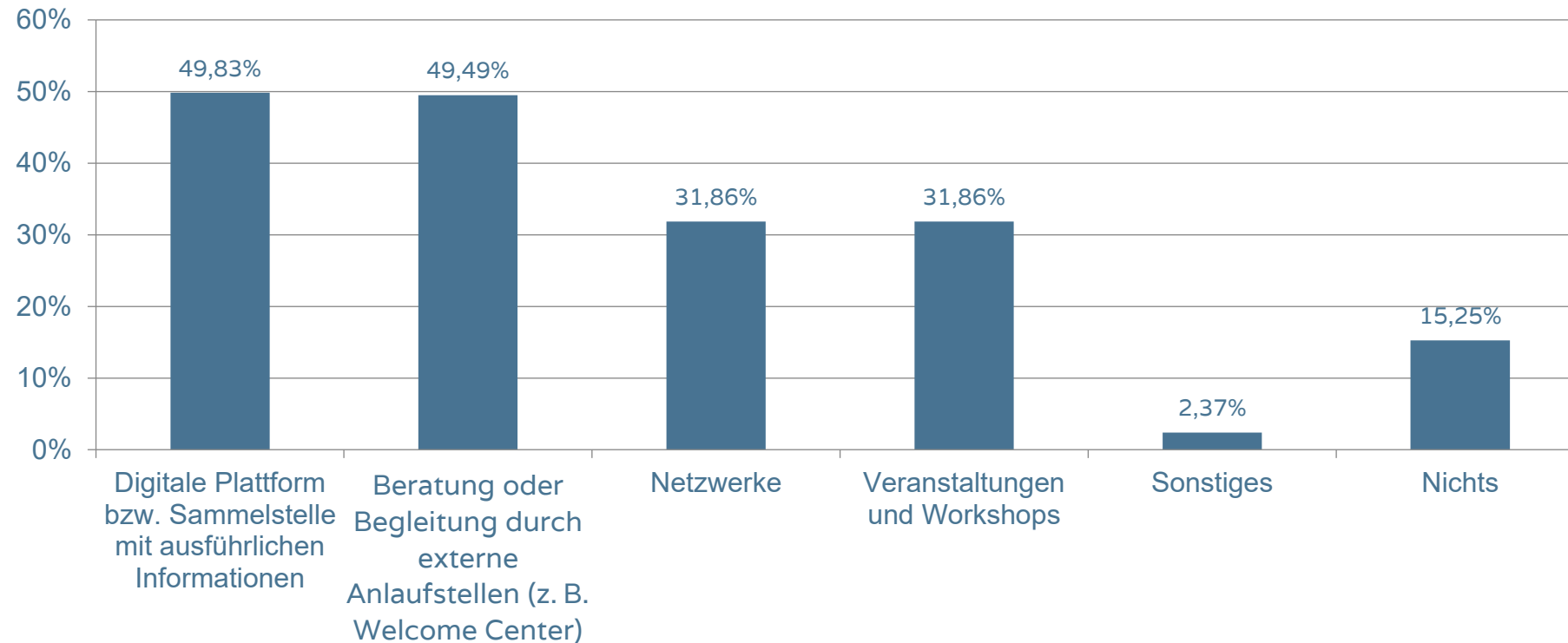
UNTERNEHMEN BRAUCHEN VOR ALLEM UNTERSTÜTZUNG BEI WOHNRAUM, BEHÖRDENWEGEN UND SPRACHE.

In welchen Bereichen wünschen Sie sich mehr Unterstützung bei der Integration neuer Mitarbeitender?



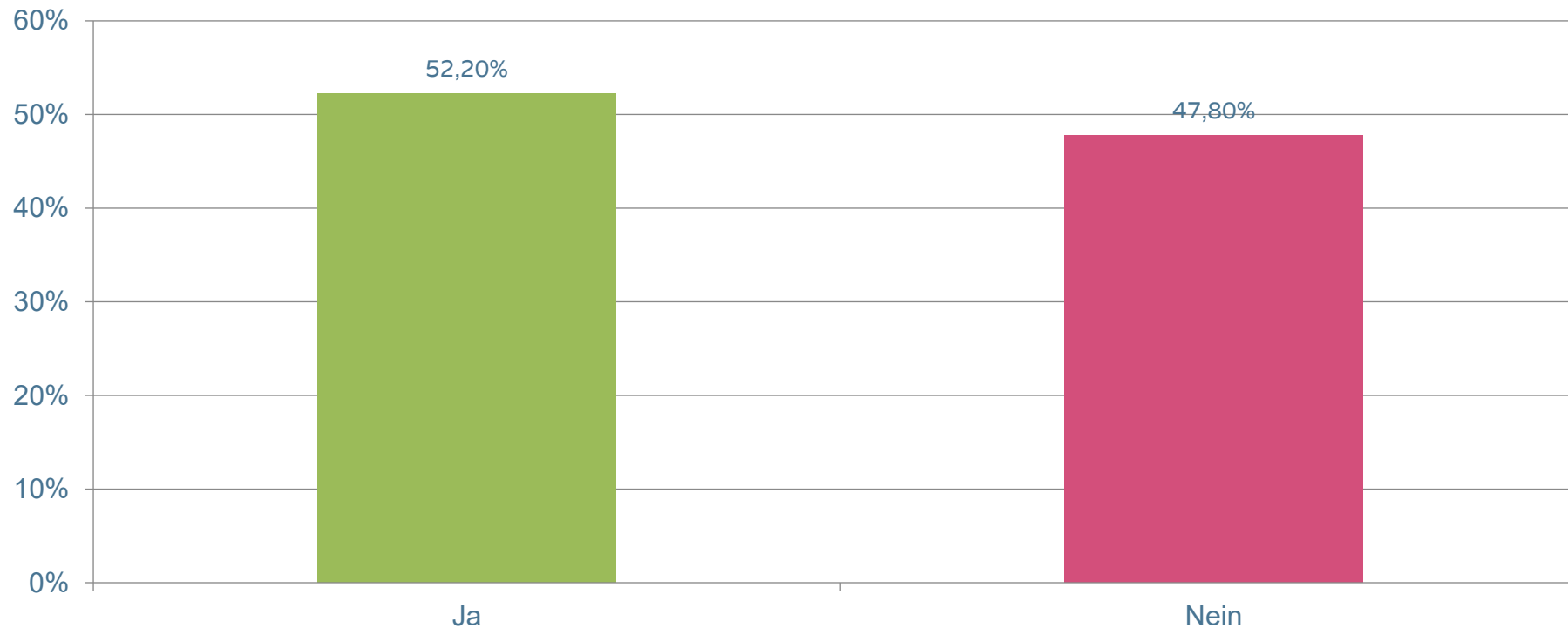
EIN REGIONALES WELCOME CENTER UND DIGITALE INFORMATIONANGBOTE WÜRDEN UNTERNEHMEN ENTLASTEN.

Welche regionalen Angebote würden Ihnen dabei helfen, Ihre neuen Mitarbeitenden besser willkommen zu heißen?



DAS INTERESSE AN GEMEINSAMER INTEGRATIONSARBEIT IST VORHANDEN - BEI JEDEM ZWEITEN.

Wären Sie an einer Zusammenarbeit oder Beteiligung an regionalen Initiativen zur Integration und Bindung von zugezogenen Mitarbeitenden interessiert?



FAZIT

DIE KERNERGEBNISSE DER UMFRAGE ZUSAMMENGEFASST:

MODULDREI

Der Fachkräftemangel bleibt eine der größten Herausforderungen im Allgäu. Nahezu alle Unternehmen spüren seine Auswirkungen deutlich – vor allem, weil zu wenige Bewerbungen eingehen und gleichzeitig qualifizierte Kandidat:innen fehlen.

Viele Betriebe engagieren sich bereits intensiv, um Fachkräfte zu gewinnen und zu halten. Dennoch stoßen sie schnell an Grenzen: Integration im Alltag, besonders außerhalb der Arbeit, und die angespannte Wohnraumsituation erweisen sich als zentrale Hürden. Die Integration gelingt oft nur dank individueller Lösungen und dem außerordentlichen Engagement bestehender Mitarbeitender, nicht aufgrund klarer Strukturen.

Gleichzeitig berichten viele Unternehmen von einer zunehmenden Zahl internationaler Initiativbewerbungen. Das Interesse ist also vorhanden – doch Unsicherheiten im Umgang mit internationalen Fachkräften, fehlende Prozesse und mangelnde Unterstützung bremsen die tatsächliche Gewinnung.

Die Bedeutung einer gelebten Willkommenskultur ist den Betrieben bewusst: Rund 80 Prozent bewerten sie als wichtig oder sehr wichtig. Dennoch haben bislang nur wenige Unternehmen entsprechende Maßnahmen systematisch verankert.

Daraus ergibt sich ein klarer Bedarf an regionaler Unterstützung. Die Betriebe wünschen sich zentrale, gut organisierte Strukturen – etwa in Form eines regionalen Welcome Centers oder einer digitalen Plattform, die Informationen und Angebote bündelt. Gleichzeitig zeigt sich: Standortvorteile wie Lebensqualität, Natur und regionale Verbundenheit werden im Arbeitgebermarketing noch kaum genutzt, obwohl sie für Zugezogene ein starkes Argument sein könnten.

**ZUSAMMENFASSUNG DER
ERGEBNISSE AUS DER
BESTANDSANALYSE**

DER AKTUELLE STAND DER WILLKOMMENSKULTUR IM ALLGÄU KURZ ZUSAMMENGEFASST.

Im Allgäu existiert eine Vielzahl an Angeboten, Projekten und engagierten Akteur:innen, die zur Förderung der Willkommenskultur beitragen. Dieses Engagement zeigt sich sowohl auf regionaler als auch auf kommunaler Ebene.

Allerdings fehlt bislang ein umfassender Überblick: Die Angebote sind oft nicht zentral gebündelt, sodass viele Akteur:innen – sei es in Verwaltungen, Netzwerken oder Unternehmen – nicht vollständig über bestehende Möglichkeiten informiert sind.

Strukturell ausgerichtete Unterstützungsangebote konzentrieren sich bisher vor allem auf Geflüchtete sowie auf internationale Fach- und Arbeitskräfte. Für Menschen, die innerhalb Deutschlands zuziehen, gibt es dagegen nur wenige spezifische Maßnahmen – obwohl auch sie vor ähnlichen Herausforderungen stehen.

Zudem zeigt sich, dass viele bestehende Unterstützungsangebote stark vom freiwilligen, persönlichen Engagement einzelner Ehrenamtlicher oder Mitarbeitender getragen werden – sowohl im zivilgesellschaftlichen als auch im betrieblichen Umfeld.

In Unternehmen gibt es meist keine formalen Strukturen oder standardisierten Prozesse zur Integration neuer Mitarbeitender. Vieles geschieht fallbezogen und auf informeller Ebene – was in vielen Fällen funktioniert, jedoch nicht langfristig tragfähig ist und stark von Einzelpersonen abhängt.

Aus diesen Erkenntnissen lassen sich vier verschiedenen Handlungsfelder ableiten.

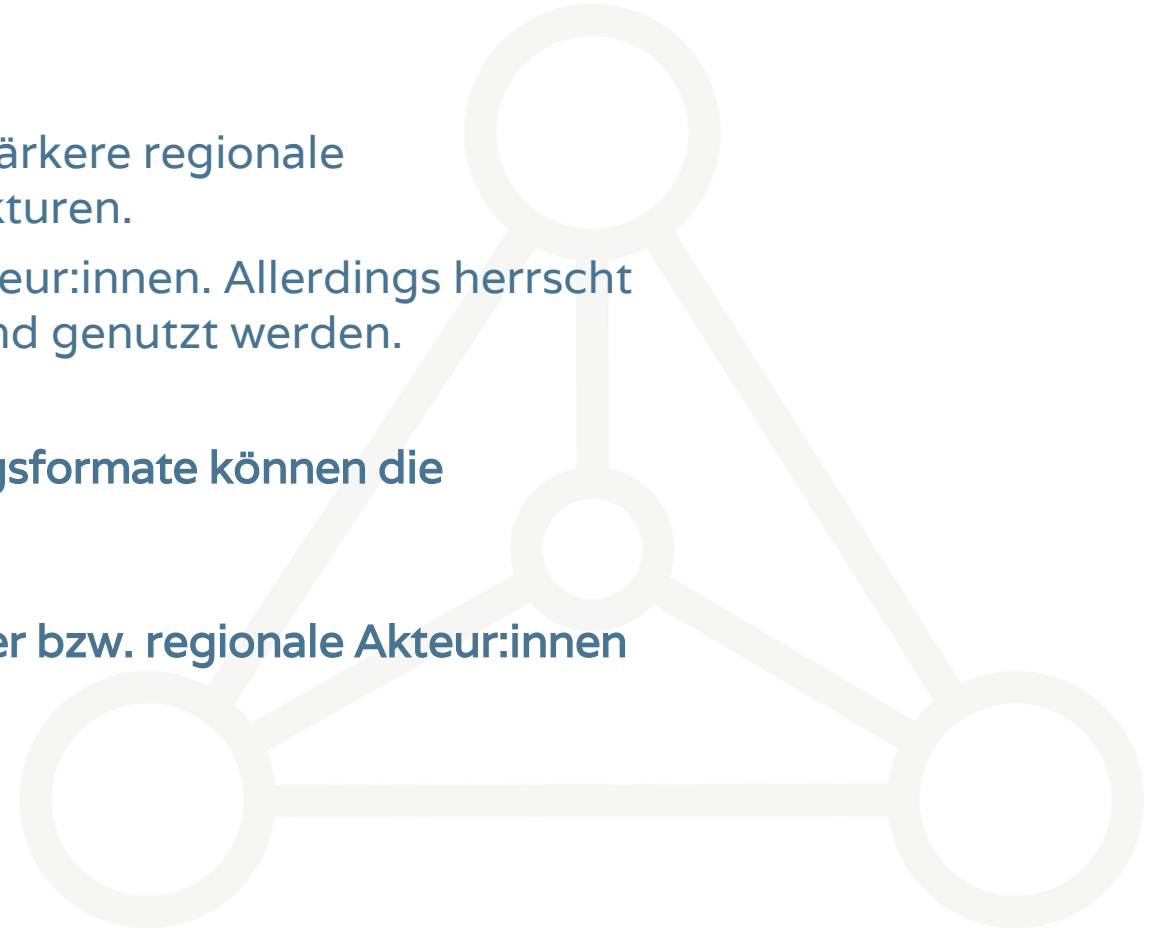
**ABLEITUNG DER VIER
HANDLUNGSFELDER**

1. ZENTRALE ANLAUFSTELLE NACH VORBILD EINES WELCOME CENTERS.

- Eine zentrale Anlaufstelle, die bestehende Angebote und Informationen bündelt, fehlt.
 - Aktuell sind Angebote (online) kaum sichtbar und schwer zu finden. Hier fehlt es an Transparenz.
 - Auch Expertinnen und Experten berichten, dass sie sich Informationen immer wieder individuell zusammensuchen.
 - Sowohl Betriebe als auch die Fachexpert:innen haben den Wunsch nach digital verfügbaren Informationen an einer zentralen Sammelstelle.
 - Eine solche Anlaufstelle sollte dabei alle relevanten Bereiche bzw. Themen (Arbeit, Freizeit, Familie) abdecken.
-
- Wie könnte solch eine zentrale (digitale) Anlaufstelle für das Allgäu im Detail aussehen?
 - Welche Informationen sollten hier gebündelt werden?

2. VERNETZUNG DER AKTEUR:INNEN UND BETRIEBE.

- Für erfolgreiche Fachkräftesicherung braucht es stärkere regionale Zusammenarbeit und zentrale Unterstützungsstrukturen.
 - Es gibt bereits viele verschiedene Gremien und Akteur:innen. Allerdings herrscht der Eindruck, dass Synergien noch nicht ausreichend genutzt werden.
-
- Welche Vernetzungsangebote oder Veranstaltungsformate können die Zusammenarbeit fördern?
 - Wer muss zusammengebracht werden?
 - Welche Themenschwerpunkte sind für Arbeitgeber bzw. regionale Akteur:innen hierbei relevant?

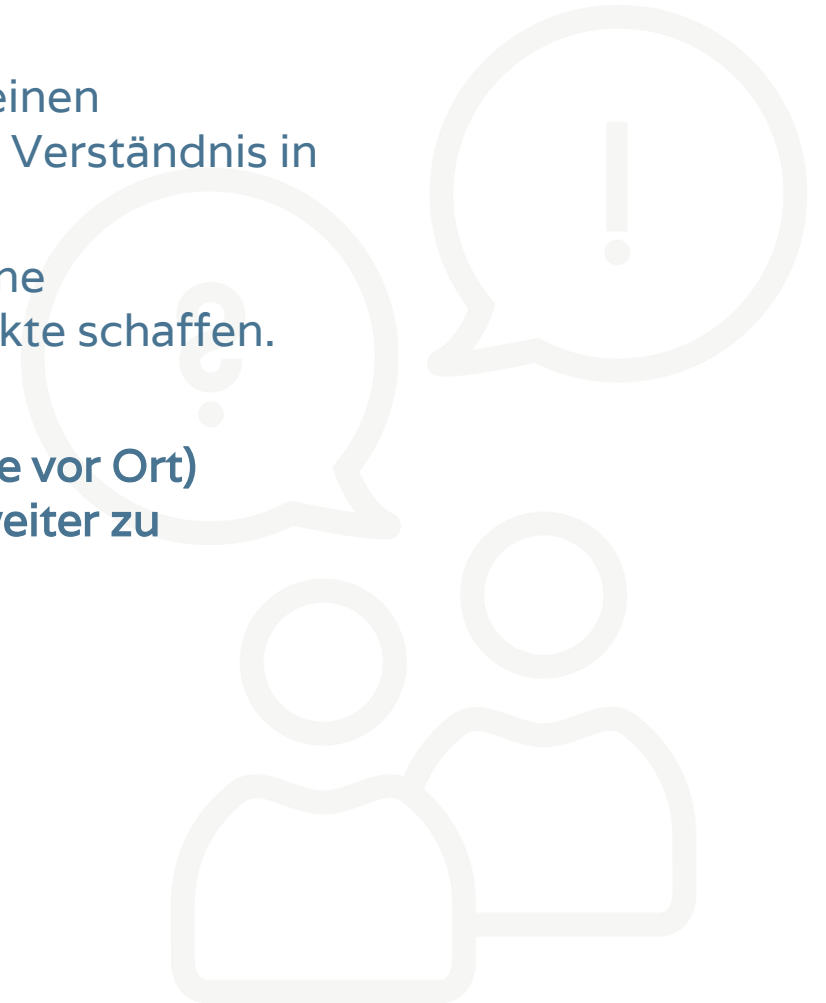


3. MODELL-PROGRAMME UND BLAUPAUSEN FÜR UNTERNEHMEN.

- Der Fachkräftemangel ist in Allgäuer Betrieben allgegenwärtig – nach deren Sicht vor allem durch fehlende Bewerbungen und Qualifikation.
 - Viele Unternehmen engagieren sich bereits, stoßen aber bei Integration (auch außerhalb der Arbeit) und Wohnraum an Grenzen.
 - Häufig funktioniert die Integration in den Betrieben auch so – überwiegend durch individuelle Maßnahmen und dem Engagement anderer Mitarbeitenden.
 - Existierende Angebote sind den Betrieben weitgehend unbekannt.
 - Die wenigsten nutzen die Standortvorteile im Allgäu (Lebensqualität) als Argument.
- Welches Modell-Programm kann für Betriebe (auch kleinere) zum „Nachahmen“ entwickelt werden, um Ihnen zu helfen, gewisse Strukturen zur Integration von Zugezogenen zu übernehmen?

4. FÖRDERUNG VON OFFENHEIT UND SOZIALER INTEGRATION.

- Vor allem in den Gesprächen wurde immer wieder deutlich, dass es einen gesellschaftlichen Wandel braucht, um Offenheit und Mut sowie das Verständnis in der Gesellschaft, dass Zuzug Gewinn bedeutet, weiter zu etablieren.
- Ein möglicher Startpunkt liegt hier in den Betrieben im Allgäu, die eine entsprechende Unternehmenskultur vorleben und Anknüpfungspunkte schaffen.
- Welche Maßnahmen oder Angebote können hier (durch die Betriebe vor Ort) helfen, um eine Offenheit in der (gesamten) Allgäuer Gesellschaft weiter zu fördern?



**„NEUE“ ANSÄTZE UND IDEEN
FÜR EINE WILLKOMMENSKULTUR
IM ALLGÄU**

IN EINEM WORKSHOP WURDEN DIE ERGEBNISSE DISKUTIERT UND LÖSUNGSEIDEN ABGELEITET.

Um auf Basis der Analyse Maßnahmen für die betriebliche und regionale Willkommenskultur im Allgäu zu entwickeln, sind einige regionale Expertinnen und Experten in einem Workshop zusammen gekommen und haben aus der eigenen Expertise heraus die abgeleiteten Handlungsfelder diskutiert.

Zunächst wurde die Workshop-Gruppe abgeholt, indem die Kernergebnisse der Bestandsanalyse vorgestellt wurden.

Im Anschluss gab es eine aktive Gruppenarbeitsphase, in der die vier Handlungsfelder mit Hilfe von Steckbriefen mit konkreten Inhalten und Ideen ausgearbeitet wurden. So wurden die zuvor vorgestellten Leitfragen für jedes Handlungsfeld beantwortet und konkrete Projektideen gesammelt.

Die Ausarbeitung der vier Handlungsfelder wird hier im Weiteren ausgeführt.

DIE CANDIDATE JOURNEY BESCHREIBT DEN WEG VON BEWERBER:INNEN VON DER ERSTEN WAHRNEHMUNG EINES UNTERNEHMENS BIS ZUR EINSTELLUNG ODER ABSAGE.

Im Rahmen der Diskussionen beim Workshop, hat sich herausgestellt, dass es wichtig ist, sich immer wieder klarzumachen, wie Arbeits- und Fachkräfte auf das Allgäu als Wohn- und Arbeitsort aufmerksam werden und infolgedessen Kontaktpunkte nutzen oder aufsuchen. Dafür eignet sich die sogenannte Candidate Journey. Bei der Ausgestaltung der Maßnahmen sollten diese Touchpoints also berücksichtigt werden.



FÜR DAS ALLGÄU HAT DIE WORKSHOPGRUPPE EINE „REGIONAL JOURNEY OF ARBEITSKRAFT“ ABGELEITET:

VARIANTE 1:

1. Aufmerksamkeit für einen Job oder (potentiellen) Arbeitgeber im Allgäu
2. Bewerbung und Auswahl
3. Interesse und Informationssammlung über Grundbedürfnisse (harte Standortfaktoren): Wohnen, Kindergarten und Schule, Mobilität
4. Arbeitsstart: Onboarding
5. Freizeit, Ehrenamt, Sport, Vereine ... (weiche Standortfaktoren)
6. Bindung der Mitarbeitenden

VARIANTE 2:

1. Aufmerksamkeit über Destination Allgäu (als Gast/ Remoteworker)
2. Interesse und Informationen über Jobs und Arbeitgeber
3. Bewerbung und Auswahl
4. Interesse und Informationssammlung über Grundbedürfnisse (harte Standortfaktoren): Wohnen, Kindergarten und Schule, Mobilität
5. Arbeitsstart: Onboarding
6. Freizeit, Ehrenamt, Sport, Vereine, ... (weiche Standortfaktoren)
7. Bindung der Mitarbeitenden

FAZIT

Inhalt, Zusammenstellung, Struktur und Präsentation sind urheberrechtlich geschützt. Die Vervielfältigung und Verbreitung (auch auszugsweise) von Informationen und Daten sind ohne vorherige schriftliche Zustimmung untersagt.

@Moduldrei

MODULDREI

Strategie und Kommunikation GmbH
Martin-Schmeißer-Weg 3a
44227 Dortmund

MODULDREI