

*Mitteilung des Senats vom 2. November 2004**bremen_service, die Neubürgeragentur**- Controllingbericht 2 zum Abschluss der Pilotphase 2002 bis 2004 -*

In ihrem Beschluss „Neubürgeragentur jetzt auf den Weg bringen“ vom 21. Juni 2001 (Antrag der Fraktionen der SPD und der CDU) hatte die Bürgerschaft (Landtag) den Senat u. a. aufgefordert, „unter Einbeziehung des Bremerhavener Magistrats schnellstmöglichst ein umfassendes Konzept zur Gründung von Neubürgeragenturen in Bremen und Bremerhaven zu erarbeiten“.

- Daraufhin hat der Senat am 16. Oktober 2001 das unter Federführung der Senatoren für Bau und Umwelt und für Inneres, Kultur und Sport gemeinsam mit der Senatskanzlei und den Ressorts Arbeit, Frauen, Gesundheit, Jugend und Soziales, Bildung und Wissenschaft, Wirtschaft und Häfen, Finanzen und unter Beteiligung des Magistrats der Stadt Bremerhaven sowie der Bremen Marketing GmbH und der Bremer Touristik-Zentrale erstellte Grobkonzept zur Gründung einer Neubürgeragentur beschlossen und der Bürgerschaft (Landtag) berichtet. Die entsprechende Mitteilung des Senats hat die Bürgerschaft am 28. November 2001 zur Kenntnis genommen.
- Am 9. Juli 2002 hat der Senat das von den beiden federführenden Ressorts für Bau und Umwelt und für Inneres, Kultur und Sport vorgelegte Feinkonzept zur Gründung und Betrieb der Neubürgeragentur sowie deren Finanzierung der Pilotphase 2002 bis 2004 beschlossen. Dessen maßgebende Grundlage des Beschlusses war ein Gutachten des Büros Bernd Linke/Bremen.
- Die entsprechende Mitteilung des Senats nahm die Bürgerschaft am 20. August 2002 zur Kenntnis. Sie beschloss zusätzlich einen ergänzenden Antrag der Fraktionen der CDU und der SPD, in dem vor allem die Bedeutung von Public-Private-Partnership und von kundenorientierten Öffnungszeiten betont wird.
- Die Bremen Marketing Gesellschaft (BMG) übernahm im Rahmen ihrer Zuständigkeit für das integrierte Standortmarketing die Trägerschaft für die Neubürgeragentur. Am 16. August 2002 beschloss der Haushalts- und Finanzausschuss (Stadt) die Finanzierung des Pilotprojektes 2002 bis 2004. Die BMG beauftragte ihrerseits für die Erledigung der operativen Aufgaben das Büro Bernd Linke für die Laufzeit der Pilotphase bis Ende 2004. Das Büro Linke begann dann im September 2002 mit dem Aufbau der organisatorischen und personellen Strukturen.

Die Einrichtung firmiert seitdem unter der Bezeichnung *bremen_service*, die Neubürgeragentur (im Folgenden: „NBA“) und wurde am 13. Dezember 2002 in den Räumen in der Pelzerstraße offiziell eröffnet.

- Zur Halbzeit des Projektes legten die Senatoren für Bau, Umwelt und Verkehr sowie für Inneres und Sport als Zwischenbericht den „Controllingbericht 1 *bremen_service*, die Neubürgeragentur“ zusammen mit dem „Tätigkeitsbericht Januar bis Oktober 2003“ des Büros Bernd Linke vor. Der Senat hat am 16. Dezember 2003 die Vorlage beschlossen, u. a. mit der Maßgabe, den NBA-Pilotbetrieb bis zum Ende des Jahres 2004 wie geplant fortzusetzen und das Projekt im Zeitraum Januar bis Dezember 2004 aus dem Fonds für betriebswirtschaftlich rentable Maßnahmen, vorbehaltlich dessen Einrichtung im Rahmen des Haushaltsgesetzes 2004, weiterzufinanzieren.

- Die entsprechende Mitteilung des Senats ist in der Deputation für Bau und Verkehr am 22. Januar 2004 und in der Deputation für Inneres am 21. Januar 2004 zur Kenntnis genommen worden.
- Die Bürgerschaft hat in ihrer 11. Sitzung am 29. Januar 2004 von der Mitteilung des Senats Kenntnis genommen.

Ein wichtiger Bestandteil der Pilotphase der NBA war von Anfang an eine begleitende Evaluation. Aus dem am 16. Dezember 2002 vom Senat beschlossenen Feinkonzept:

„Aufgabe eines durch die Neubürgeragentur in Abstimmung mit dem ressortübergreifenden Arbeitskreis einzurichtenden Controllings wird die Erfassung quantifizierbarer Größen, der Vergleich von Kennzahlen (Soll-Ist-Vergleich, Benchmarking etc.) und anhand der gewonnenen Erkenntnisse die Steuerung operativer Prozesse – z. B. zum Einsatz von Mitarbeitenden, Werbemaßnahmen etc. – sein. Die Neubürgeragentur berichtet der ressortübergreifenden Arbeitsgruppe. Controlling wird hier als eine fortlaufende Wirtschaftlichkeitsbetrachtung im Sinne der Aufwand-Nutzen-Relation verstanden: „Was hat die Neubürgeragentur für Bremen gebracht“.

Dazu hat der Senat in seinem Beschluss vom 16. Dezember 2003 unter Punkt 3 festgelegt:

„Der Senat bittet den Senator für Bau, Umwelt und Verkehr, den Senator für Inneres und Sport, die Senatskanzlei, den Senator für Arbeit, Frauen, Gesundheit, Jugend und Soziales unter Beteiligung der ZGF, den Senator für Bildung und Wissenschaft, den Senator für Wirtschaft und Häfen, den Senator für Kultur und den Senator für Finanzen, unter Beteiligung der Bremen Marketing Gesellschaft und der Bremer Touristik Zentrale, weiterhin im Rahmen des ressortübergreifenden Arbeitskreises sowie des Beirats den Betrieb von „bremen_service, die Neubürgeragentur“ auch in der Pilotphase Januar bis Dezember 2004 zu begleiten, einen zur genaueren Beurteilung der Wirksamkeit der Geschäftstätigkeit der Neubürgeragentur weiterentwickelten Controlling- und Evaluationsbericht über die gesamte Pilotphase vorzulegen und den entsprechenden Deputationen zu berichten.“

Der Controllingbericht 2 für bremen_service, die Neubürgeragentur als Bilanz der gesamten Pilotphase 2002 bis 2004 wird hiermit der Bürgerschaft (Landtag) vorgelegt. Der Senat bittet die Bürgerschaft (Landtag) um Kenntnisnahme.

Als Grundlage für die erweiterte Evaluation wird der „Bericht zur Pilotphase bremen_service, die Neubürgeragentur 14. Dezember 2002 bis 31. Dezember 2004“ des Büros Bernd Linke verwandt. Dieser Tätigkeitsbericht (TB) des Büros Bernd Linke bezieht sich in seinen Darstellungen zu Wirkungsanalysen und Evaluation seinerseits auf Daten und Ergebnisse, die a) seit Projektbeginn aus eigenen Datenerhebungen und Umfragen sowie b) aus der großangelegten mikrozensusorientierten Erhebung und Wirkungsanalyse durch das Bremer Institut für Tourismus und Freizeitforschung (BITF) resultieren, einer Vollerhebung aller Oktober 2003 bis März 2004 zugezogenen Neu-Bremer/-innen.

Die Berichtsergebnisse sind im ressortübergreifenden Arbeitskreis sowie im Beirat der NBA mit Mitgliedern aus Verbänden, Kammern, gesellschaftlichen Einrichtungen und anderen Dach-Organisationen vorgestellt und erörtert worden.

Neubürgeragentur in der Stadtgemeinde Bremerhaven:

Von der Stadtgemeinde Bremerhaven wird als kommunale Angelegenheit die Grundsatzentscheidung für die Einrichtung und den Betrieb einer Neubürgeragentur selbst vorbereitet. Dem Senat wird hierzu zu gegebener Zeit vom Magistrat Bremerhaven gesondert berichtet.

Controllingbericht 2: Bilanz der Pilotphase

1. Soll-Ist-Vergleich

- Erster wesentlicher Bestandteil des Controllingberichts ist gemäß Senatsauftrag die Gegenüberstellung der beschlossenen Ziel-Vorgaben aus dem Feinkonzept 2002 mit den detailliert ermittelten Ist-Zahlen und -Daten aus der gesamten Pilotphase. Dabei wurden zeitnah Daten aus dem Geschäftsbetrieb der NBA bis einschließlich 30. September 2004 berücksichtigt; z. T. sind zur Gewährleistung von Vergleichbarkeit Daten bis zum 31. Dezember 2004 konservativ hochgerechnet.

- Zusätzlich wurde entsprechend dem Senatsauftrag sowie in Folge der Erörterungen im begleitenden ressortübergreifenden Arbeitskreis für die Bilanz zum Abschluss der Pilotphase das Bremer Institut für Tourismuswirtschaft und Freizeitforschung (BITF) beauftragt, durch eine mikrozensusorientierte Vollabfrage die Einstellungen aller Neu-Bremer/-innen aus dem Zeitraum 15. Oktober 2003 bis 31. März 2004 mit Blick auf die Bekanntheit der NBA, auf Umzugsmotive, Einstellungen zu Bremen als Wohnort u. v. a. zu untersuchen (vgl. dazu detailliert TB Kap. 5).

Zielvorgaben und Zielerreichung: Potenziale und Zahlen

Die Tätigkeit der NBA war und ist eng orientiert an den im Feinkonzept dargestellten und vom Senat im Juli 2002 beschlossenen Zielen, Strukturen, Organisationsformen, Messgrößen und Instrumenten. Alle Aktivitäten sind eingebettet in die vom Senat verfolgte „Gesamtstrategie für die Schaffung von zusätzlichen Arbeitsplätzen bzw. Gewinnung von Einwohnerinnen und Einwohnern“. Im Mittelpunkt der Tätigkeit der NBA stehen die Ziele, neue Einwohnerinnen und Einwohner für Bremen zu gewinnen („Neubürger“) und die Abwanderung zu mindern („Bleibende“, „Stadtrückkehrende“ u. a.). Im Feinkonzept sind entsprechende Ziele und Zielgruppen auf der Grundlage der Einwohnerdaten und der Einwohnerwanderungsdaten definiert worden.

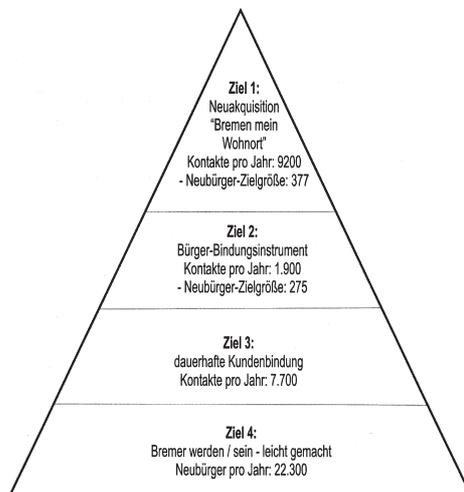
Die Analyse der Zahlen bestätigt und verstärkt die mehr als positiven Entwicklungen, die im Zusammenhang mit dem Controllingbericht 1 an den Senat bereits erkennbar waren.

Nur beispielhaft für die Dynamik und die enormen Steigerungsraten in der Entwicklung der Geschäftstätigkeit der NBA wird hier die Zahl der Beratungen im Vergleich 2003 bis 2004 dargestellt:

Monat	Gesamt Beratungen 2003	Gesamt Beratungen 2004	Steigerungsfaktor gerundet	Mann		Frau	
				Beratungsgespräche 2003	Beratungsgespräche 2004	Beratungsgespräche 2003	Beratungsgespräche 2004
Januar	34	210	6	22	107	12	103
Februar	47	128	3	23	68	24	60
März	70	349	5	24	178	46	171
April	82	259	3	44	125	38	134
Mai	88	202	2	40	82	48	120
Juni	80	225	3	35	104	45	121
Juli	101	281	3	46	136	55	145
August	138	420	3	61	184	77	236
September	253	445	2	118	232	135	213
Gesamt	893	2.519	3	413	1.216	480	1.303

Ergebnis: Im Jahresvergleich 2003 bis 2004 konnte fast eine Verdreifachung der Beratungen im Center erzielt werden, von 893 auf 2.519.

Mit der Entscheidung für das Pilotprojekt werden vier Ziele verfolgt, die seinerzeit im Feinkonzept grafisch in einer Pyramide dargestellt und mit Potenzialschätzungen versehen wurden:



(Aus dem Feinkonzept, 2002, Summary, S. 8)

Auf der Grundlage des Tätigkeitsberichts des Büros Linke (Stand 30. September 2004) kann eine Quantifizierung der tatsächlich erreichten Kundenkontakte und eine Einschätzung des möglichen Potenzials der Effekte im Vergleich zu den seinerzeitigen Annahmen vorgenommen werden (s. Tabelle unten).

Im Feinkonzept wurden 2002 für die verschiedenen Zielgruppen Gesamt-Potenziale ermittelt, möglichst realistische Erreichbarkeits-Quoten angesetzt und daraus die Zahl der „Soll-Kontakte“ und die Zielgrößen für zusätzliche „Neubürger“ abgeleitet. Dabei wurde errechnet, dass sich unter Betrachtung der ermittelten Kosten für die NBA und der zusätzlichen Einnahmen des Landes Bremen nach dem Länderfinanzausgleich durch neue Einwohner eine Wirtschaftlichkeit der NBA bereits ab ca. 300 vermittelten Neubürgern pro Jahr ergibt. Es gibt keine Hinweise darauf, dass die seinerzeit vom Senat beschlossenen Berechnungsgrundlagen und kalkulatorischen Annahmen korrigiert werden müssten. Insoweit bilden diese Zahlen weiterhin die Grundlage für die vorgenommene Bewertung der Ist-Zahlen.

Eine wichtige Rolle für die Bewertung der NBA-Tätigkeit spielt die – messbare – Anzahl der sehr unterschiedlichen „Kontakte“ und die rechnerische Gewichtung ihrer Intensität und Wirksamkeit. Sie ergeben sich aus unterschiedlichen Kontaktebenen und Kontaktarten für die diversen Zielgruppen und Ziele. Nicht alle Kontakte sind von gleicher Intensität und Qualität. Die Gesamtzahl der erreichten Kontakte wurde nach ihrer jeweils unterschiedlichen Art im Hinblick auf die Intensität unterschiedlich gewichtet:

Kontaktarten	Beratung	Kurz-kontakte	Gewinnspiel mit follow up	Internet	Promotion
Faktor	1,0	0,8	0,3	0,2	0,01

Medieneffekte, die durch Werbeeffekte auf Plakaten oder durch Radiospots entstehen, dienen zum Aufbau der Bekanntheit der Einrichtung und wurden aufgrund ihrer Flüchtigkeit hier nicht als „Kontakt“ gezählt.

Im Folgenden werden den auch vom Senat mit dem Feinkonzept beschlossenen Zielvorgaben für 2004 die erreichten Ist-Zahlen gegenübergestellt.

In der Tabelle (s. u.) sind

- a) die 2002 im Feinkonzept entwickelten Potenzialschätzungen der Kontakte für die Tätigkeit der NBA exakt wie 2002 dargestellt (schattiert), und
- b) die bis inkl. September 2004 tatsächlich gezählten Kontakte (weiß) einschließlich der für den Zeitraum Oktober bis Ende Dezember 2004 konservativ hochgerechneten Kontakten zu diesem Soll ins Verhältnis gesetzt.

Für die Gesamtsicht der Zielerreichung vgl. die Tabelle Soll-Ist auf der folgenden Seite.

Gesamtschau: Tabelle Soll-Ist:

Potenziale für die Akquisition von Neubürgern lt. Feinkonzept aus 2002 (schattiert) und Ist-Stand bis September 2004, konservativ hochgerechnet bis Dezember 2004 (weiß)
 Ergebnis: Das Ziel der Wirtschaftlichkeit konnte mit dem erreichten Ist von 521 sogar erheblich übertroffen werden (break-even-point bei rund 300 Neubürger/innen)

Tabelle 24: Zielerreichung für ein Jahr¹

Zielgruppe	Ziel	Gesamt-Potenzial	Kontakte gesamt	Erreichbarkeit	Soll-Kontakte	Ist-Kontakte	Akqui-Quote	Soll-Zielgröße Neubürger	Ist-Zielgröße Neubürger
Neubürger	Zuzug ²	22.300	15.400	50 %	7.700	6.491	0,00 %	0	0
Bleiber	Fortzug NS	11.000	7.596	25 %	1.899	1.500	2,50 %	275	217
Stadt-Rückkehrer	Junge Alte ³	1.590	954	50 %	477		2,00 %	32	
	Junge Alte ⁴	4.000	2.400	50 %	1.200	7.438	0,50 %	20	304
Potenzielle Neubürger	Einpendler	108.000	48.600	15 %	7.290		0,25 %	270	
	Umlandsiedler	2.000	1.380	10 %	138		1,50 %	30	
	Sonstige	1.000	800	15 %	120		2,50 %	25	
Gesamt		149.890	77.130		18.824	15.429		652	521

1) Konservativ hochgerechnet für das Jahr 2004 (Zahlen einschließlich 30.09.2004)

2) Die Ziele 3 und 4 sind keine Akquisitionsziele, sondern zielen auf „positive Starterfahrungen“ und „kundenfreundliche Organisation“ für Neubürger/innen

3) aus Bremen in die 8 LK gemittelt über 5 Jahre, 65+

4) in den 8LK Zugezogene gemittelt über 5 Jahre, 60+

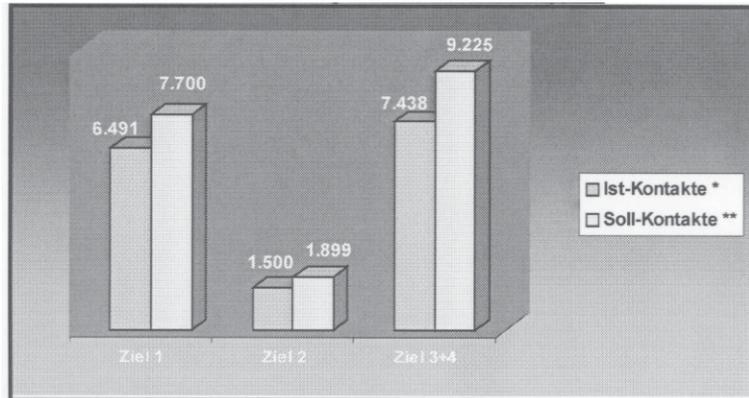
Im Einzelnen:

Ziel 1 entspricht der Neubürger/-innen-Akquisition. Hier wurden 80 % des Zieles erreicht. Daraus ergibt sich eine Erfolgsquote von 304 Neubürger/-innen.

Ziel 2 bezieht sich auf die „Bleiber“, d. h. Einwohner/-innen in Bremen halten. Auch hier konnten 79 % der Zielvorgabe erreicht werden, was unter Anwendung der Akquisitionsquote 217 Personen entspricht.

Ziel 3 – 4 betrifft keine Akquisition, sondern zielt auf das Erreichen der Neuzugezogenen. Es ist bereits im 2. Geschäftsjahr gelungen, dass ca. 50 % aller neu in Bremen angemeldeten Bürger und Bürgerinnen direkt oder indirekt (über Familienangehörige) mit der NBA in Kontakt gekommen sind. Das entspricht einer Zielerreichung von 84 %.

Grafik 1: Zielerreichung im 2. Betriebsjahr



* Ist-Zahlen für 2004 konservativ hochgerechnet

** Soll-Zahlen pro Jahr nach drei Jahren Betrieb laut Feinkonzept

Zusammenfassend kann damit für alle Ziele eine Zielerreichung von etwa 80 % bereits nach zwei Jahren Betrieb festgestellt werden.

Leitet man daraus die Zahl der akquirierten Neubürger, entsprechend der festgelegten Quote des Feinkonzeptes, ab so ergeben sich 521 Neubürger/-innen. Der „break even“ für die Einrichtung der NBA liegt bei 300 Neubürger/-innen.

2. BITF-Befragungen

Quantitative und qualitative Aspekte sind für eine Leistungsbeurteilung der NBA von Bedeutung. Entsprechend dem Senatsauftrag sowie in Folge der Erörterungen im begleitenden ressortübergreifenden Arbeitskreis wurde für die bilanzierende Betrachtung zum Abschluss der Pilotphase das Bremer Institut für Tourismuswirtschaft und Freizeitforschung (BITF) beauftragt, u. a. durch eine mikrozensusorientierte Vollerhebung die Einstellungen aller Neu-Bremer/-innen aus dem Zeitraum 15. Oktober 2003 bis 31. März 2004 mit Blick auf die Bekanntheit der NBA, auf Umzugsmotive, Einstellungen zu Bremen als Wohnort u. v. a. zu untersuchen (vg. dazu detailliert TB Kap. 5). Das BITF hat folgende vier Befragungen durchgeführt:

1. Fragebogen-Vollerhebung aller Neu-Bremer/-innen (Oktober 2003 bis März 2004),
2. Anonyme Befragung von Arbeitnehmer/-innen über die Personalbüros,
3. Befragung auf Regionalmessen,
4. telefonische Befragung von Kunden/-innen der NBA.

Es ist insgesamt festzustellen, dass die Ergebnisse des BITF die bisherigen Daten und Trends bestätigen, z. T. sogar übertreffen. So ergibt z. B. auch die BITF-Vollerhebung, dass es der NBA in nur knapp zwei Jahren Geschäftsbetrieb gelungen ist, bereits einen Bekanntheitsgrad bei neuzugezogenen Bremer/-innen von 47 % zu erreichen. Die Beurteilung der Leistungen der NBA durch die Kunden ist durchweg positiv bis sehr positiv.

Tab. 2: Bekanntheitsgrad der NBA

Frage: Haben Sie schon einmal von „bremen_service, die neubürgeragentur“ gehört?

	Von der Neubürgeragentur gehört	
	Anzahl	%
ja	341	47,1
nein	344	47,5
weiß nicht	26	3,6
keine Angabe	13	1,8
Gesamt	724	100,0

3. Weitere Ergebnisse¹⁾ auf Grundlage der BITF-Daten sowie des NBA-Materials:

a) Betrieb

Die internen Strukturen von „bremen_service die Neubürgeragentur“ sind gefestigt und werden den gestellten Anforderungen mehr als gerecht. Das Center in der Pelzerstraße 40 wird immer mehr als sinnvolle Ergänzung zum BSC-Mitte wahrgenommen. Die derzeitigen Öffnungszeiten entsprechen dem aktuellen Kundenbedarf.

Das auch dezentrale Angebot der NBA (Terminals in Ortsämtern) stellt eine gute Abrundung des Angebots dar. Die Organisationsstruktur der NBA (Betrieb durch einen privaten Dienstleister) hat auch angesichts der besonderen Erfordernisse (Promotion-Aktionen an Sonntagen etc.) zu sehr schnellen, flexiblen und zielführenden Lösungen geführt.

b) Akquisition

Die umfangreichen Akquisitionsmaßnahmen haben bei mehr als 500 Personen zu einer endgültigen Entscheidung für Bremen als Wohnort (inkl. Bleiber) geführt, dabei sind die angegebenen multikausalen Voraussetzungen zu berücksichtigen.

Die Kommunikationsmaßnahmen (Promotionsaktionen und Messebeteiligungen) haben sich als probate Mittel bei der Zielgruppenerreichung erwiesen und vermitteln von der NBA das Bild einer sympathischen, sinnvollen und kompetenten Einrichtung.

c) Zusammenarbeit mit dem privaten Sektor

Die Zielsetzung, die NBA im Rahmen einer breiten public-private-partnership zu betreiben, sind teilweise erreicht und bieten weitere Ausbauchancen. Besonders erwähnenswert sind dabei die materiellen Kooperationen bezüglich des Begrüßungspaketes, der Weitervermittlung von Dienstleistungen, die Zusammenarbeit mit der Wohnungswirtschaft. Die Akzeptanz in den Unternehmen, die Leistungen der NBA bei den eigenen Bewerber/-innen bzw. Neueinstellungen als bremischen Standortvorteil zu nutzen, nimmt kontinuierlich zu. – Eine unmittelbare finanzielle Beteiligung bremischer Unternehmen am Geschäftsbetrieb der NBA, deren Ziel der Einwohnergewinnung einhellig als Landesaufgabe wahrgenommen wird, konnte von Anfang an und bis heute nicht erzielt werden.

d) Standortmarketing

Die Befragungen zeigen, dass sich die NBA als ein Instrument des Standortmarketings als außerordentlich erfolgreich erwiesen hat. Die Tatsache, dass jetzt auch weitere Städte in der Region (z. B. Hamburg, Hannover, Wilhelmshaven) beschlossen haben bzw. Überlegungen anstellen, derartige Einrichtungen zu schaffen, ist ein weiterer Beleg für die Richtigkeit des eingeschlagenen Weges. Bremen hat hier einen deutlichen Vorsprung.

e) Zielerreichung

Einwohnerentwicklung in Bremen

Die Darstellung der Einwohnerentwicklung der letzten Jahre verdeutlicht, dass die Stadt Bremen entgegen der bisherigen Prognosen keine Einwohner/-innen verliert, sondern gewinnt: Diesen Erfolg reklamieren viele Väter für sich.

1 Vgl. dazu im Detail TB, u. a. Kap. 5 (Evaluation), Kap. 6 (Zahlen), Kap. 7 (Soll-Ist-Vergleich)

Immerhin ist durch die Geschäftstätigkeit der NBA zumindest eine stabilisierende Wirkung dieses Trends zu unterstellen.

Tabelle 23:

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	bis 31.08.2004**
Zuzüge	21.174	22.778	22.613	24.577	25.024	25.018	13.842
Fortzüge	23.743	24.462	22.281	21.783	21.232	21.451	9.101
Gesamtbevölkerung*	543.279	540.330	539.403	540.950	542.987	544.853	

Quelle: Statistisches Landesamt (Stand August 2004)

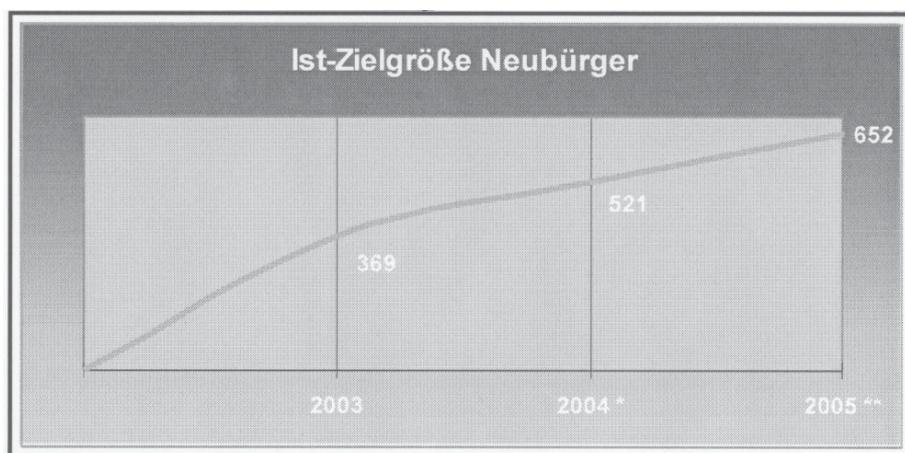
* Inklusive Binnenwanderung zwischen Bremen und Bremerhaven

** Quelle: Stadtamt Bremen

g) Weitere Entwicklung

Schon bei Annahme einer geringeren Steigerungsrate als bisher (Faktor 1,25 für 2005), bezogen auf die Ziele 1 und 2, werden die Soll-Zahlen des Feinkonzeptes erreicht.

Grafik 30: Weitere Entwicklung



* Steigerungsfaktor 1,4

** Steigerungsfaktor 1,25

h) Gender Mainstreaming

Entsprechend dem Senatsbeschluss vom 19. Februar 2002 (Gender Mainstreaming) wurden von Anfang an Datenerhebungen und Statistiken durch die NBA, z. B. über Beratungsgespräche, Informationsbedarfe, Motive eines Wohnortwechsels etc. im Sinne einer differenzierten Kunden/-innenorientierung auch geschlechtsspezifisch erfasst. Dies wird seit dem Sommer 2003 zusätzlich auch auf einfache Materialversendungen etc. ausgedehnt.

Die Ergebnisse der Datenerhebungen werden in Bezug auf Zielgruppengenauigkeit und gegebenenfalls spezifische Marketing-Initiativen überprüft.

Die Bremer Zentralstelle zur Verwirklichung der Gleichberechtigung der Frau (ZGF) ist über den ressortinternen Arbeitskreis sowie über den Projektbeirat in den Projektverlauf kontinuierlich und sehr aktiv beteiligt.

4. Mitteleinsatz 2002 bis 2004/Zukünftiger Mittelbedarf

Der Kosten- und Ausgabenrahmen, wie er im Senatsbeschluss vom Juli 2002 für die gesamte Laufzeit des Pilotprojektes dargestellt ist, wurde in Struktur und Größenordnung eingehalten. Entsprechend der Dauer der Pilotphase wurde dem Projektträger für die Haushaltsjahre 2002, 2003 und 2004 für die von den Gremien bewilligten Mittel ein Zuwendungsbescheid erteilt. Die Mittel wurden vom Projektträger jeweils quartalsmäßig gestaffelt abgerufen.

Die folgende Aufstellung gibt eine Orientierung über die zur Verfügung gestellten sowie die bisher abgeflossenen Mittel, geordnet entsprechend den im Feinkonzept vorgesehenen Ausgabenblöcken. Beide, aus aktuellen Gründen erforderliche Verschiebungen innerhalb des Gesamtrahmens wurden jeweils mit dem monatlich tagenden Lenkungsausschuss abgestimmt.

Tabelle 25: Mittelverwendung 2002 bis 2004

Funktion	2002 Soll	2002 Ist	2003 Soll	2003 Ist	2004 Soll	2004 hochgerechnet
1. Trägerschaft	15.000,00 €	10.000,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €
2. Leitung	30.000,00 €	22.500,00 €	60.000,00 €	60.000,00 €	60.000,00 €	60.000,00 €
3. Kosten Center Betrieb	86.000,00 €	86.000,00 €	260.000,00 €	260.000,00 €	260.000,00 €	260.000,00 €
4. Einrichtung Center	60.000,00 €	60.000,00 €				
5. Akquisition / Koordination						
	78.000,00 €	72.750,00 €	200.000,00 €	200.000,00 €	200.000,00 €	200.000,00 €
6. Kommunikation gesamt	464.000,00 €	19.000,00 €	912.750,00 €	696.372,00 €	666.378,00 €	597.850,00 €
Kommunikation allg.				505.500,00 €		149.050,00 €
Events/Messe				68.000,00 €		99.950,00 €
Internet/Barrierefrei/Terminals				101.970,00 €		67.300,00 €
Promotion						146.950,00 €
Stellenanzeigen				2.902,00 €		12.600,00 €
Evaluation extern				18.000,00 €		22.000,00 €
Goethe-Institut						100.000,00 €
7. Geplant						68.528,00 €
8. Übertrag in 2003/2004		462.750,00 €		216.378,00 €		
Gesamtbudget	733.000,00 €	733.000,00 €	1.462.750,00 €	1.462.750,00 €	1.216.378,00 €	1.216.378,00 €

Für die Fortsetzung der NBA Aktivitäten ab 2005 ist ein Budget von 1.000.000 € p. a. erforderlich. Dieses Budget wird zum einen für die Fortsetzung des Betriebes im Center und für das Backoffice und die entsprechende Begleitung durch die BMG benötigt und andererseits für die kommunikativen Maßnahmen der Neubürgerwerbung.

Durch den verzögerten Start der NBA im Jahre 2002 war es möglich, die bereitgestellten Mittel in Höhe von 2.700.000 € in einem verkürzten Zeitraum für kommunikative Maßnahmen zu verwenden, damit standen faktisch pro Jahr ca. 700.000 € für die Kommunikation zu Verfügung.

Der Betrieb des Centers (Personal, Miete, Telekommunikation, Energiekosten usw.), das Back-Office des beauftragten Dienstleisters und die Begleitung durch die BMG wurden mit 550.000 € p. a. veranschlagt. Ob dieser Betrag in der exakten Höhe gleich bleiben kann, wird sich erst endgültig nach der Durchführung der erforderlichen europaweiten Ausschreibung klären lassen, da eventuell Anpassungen erforderlich sein werden.

Ein Betrag von 450.000 € ist erforderlich, um die Kontinuität des begonnenen Kommunikationsprozess zu gewährleisten. Gegenüber den bisherigen Aufwendungen bedeutet dies bereits eine faktische Reduktion um 250.000 €.

5. Fazit:

Aufgrund der dargestellten erfolgreichen Arbeit für eine weitere positive Entwicklung der Einwohnerzahl Bremens und angesichts der Rentabilität wird empfohlen, das Projekt ab 1. Januar 2005 zu verstetigen und die dafür erforderlichen Voraussetzungen zu schaffen.

Finanzielle Auswirkungen

- Die vorgelegte Bilanz betrachtet die gesamte Pilotphase, wobei Zahlen bis inkl. 3. Quartal 2004 eingerechnet wurden. Bei Aussagen für 2004 gesamt wurde konservativ hochgerechnet. Für die Jahre 2002 bis 2004 wurde die Finanzierung des Pilotprojektes aus dem Fonds für betriebswirtschaftlich rentable Maßnahmen bei Refinanzierung über Steuermehreinnahmen/LFA dargestellt, entsprechend Ziff. 4 des Senatsbeschlusses vom 16. Dezember 2003.¹⁾

Für die Fortführung der Maßnahme im Jahre 2005 hat der Senat am 6. April 2004 im Rahmen der Beschlüsse zur Aufstellung der Haushalte 2004/2005 eine analoge Finanzierung vorgesehen.²⁾

¹⁾ „Der Senat stimmt der Weiterführung des Pilotbetriebes für das Jahr 2004 zu. Der Senator für Finanzen wird gebeten, in Zusammenarbeit mit den federführenden Ressorts für Bau, Umwelt und Verkehr sowie für Inneres und Sport im Zuge der Haushaltsaufstellung 2004/2005 die Abdeckung der valutierenden Verpflichtungsermächtigung (1,0 Mio. € für 2004) auf geeignete, den Querschnitts-Charakter des Projektes berücksichtigende Weise, sicher zu stellen. Es wird angestrebt, hierfür den Fonds für betriebswirtschaftlich rentable Maßnahmen, vorbehaltlich dessen Einrichtung im Rahmen des Haushaltsgesetzes 2004, heranzuziehen. Die Refinanzierung der Maßnahme würde dann wie bisher über steuerliche Mehreinnahmen nach Länderfinanzausgleich erfolgen.“

²⁾ Der Senat stimmte „(...) zur Einhaltung der Verfassungskonformität dem Vorschlag zu, die Kreditemächtigung für betriebswirtschaftlich rentable Maßnahmen ab dem Haushaltsjahr 2005 auf investive Projekte zu beschränken. In Kontinuität seiner bisherigen Beschlüsse ist der Senat allerdings damit einverstanden, dass zum 1. März 2004 bereits beschlossene konsumtive Projekte weiter finanziert werden. Er bittet den Senator für Finanzen, entsprechende gesetzliche Regelungen in den Entwürfen der Haushaltsgesetze vorzusehen und andere Finanzierungsformen zu prüfen.“ Auf dieser Grundlage nahm der Haushalts- und Finanzausschuss am 16. Juni 2004 zur Kenntnis, „dass die Absicht besteht, die Neubürgeragentur auch 2005 über den Fonds für betriebswirtschaftlich rentable Maßnahmen zu finanzieren“.

Auf der Grundlage des Feinkonzeptes wurde in der Senatsvorlage zum 9. Juli 2002 bereits errechnet, dass unter Betrachtung der ermittelten Kosten für die NBA und der zusätzlichen Einnahmen des Landes Bremen nach dem Länderfinanzausgleich eine Wirtschaftlichkeit der NBA bereits ab ca. 300 Neubürgern p. a. (und additiv in jedem weiteren Jahr) gegeben ist.

- Hinsichtlich der Ausschreibungserfordernisse bei einer Auftragserteilung nach Abschluss der Pilotphase und bei Verstetigung des Projektes hat die Bremen Marketing Gesellschaft eine anwaltliche Prüfung durchführen lassen. Danach sind die Leistungen für den Betrieb von „bremen_service, die neubürgeragentur“ europaweit auszuschreiben. Dies soll durch die Bremen Marketing Gesellschaft als Agenturleistung im Rahmen der Verdingungsordnung für freiberufliche Leistungen (VOF) erfolgen. Die Dauer des Verfahrens richtet sich u. a. nach der Anzahl der Bewerber und wird mindestens vier Monate betragen.

Zur Aufrechterhaltung und zur Gewährleistung von Kontinuität des Geschäftsbetriebes ist es geboten, die Pilotphase durch einen Übergangszeitraum zu verlängern, um das Vergabeverfahren ordnungsgemäß durchführen und abschließen zu können. Es wird daher vorgeschlagen, die Geschäftstätigkeit in der bisherigen Konstruktion bis zum Abschluss des Ausschreibungs- und Besetzungsverfahrens fortzuführen.

- Nach der Auftragsvergabe wird für die Folgejahre eine jährliche Laufzeitverlängerung empfohlen, solange nicht bis jeweils spätestens zum 30. Juni, wirksam ab 1. Januar des Folgejahres, eine Kündigung ausgesprochen wird; angesichts der einzuhaltenden Fristen und zur Ermöglichung einer realistischen Auftragsvergabe erstmals im Jahre 2006.
- Die federführenden Ressorts für Bau, Umwelt und Verkehr sowie für Inneres und Sport legen in Zusammenarbeit mit der BMG dem Senat einen jährlichen Controllingbericht zum Geschäftsbetrieb von bremen_service, die neubürgeragentur bis jeweils zum 31. März, bezogen auf die Ergebnisse des Vorjahres, vor.
- Der vorgeschlagene Turnus, orientiert an Haushaltsjahren und an den Fristen für Haushaltsberatungen, berücksichtigt mit Blick auf das angestellte qualifizierte Personal zumutbare Zeiträume für Kündigungs- bzw. Verlängerungsoptionen der privatwirtschaftlichen Verträge.

Beteiligung

Gemäß den Beschlüssen von Senat und Bremischer Bürgerschaft (L) ist die Tätigkeit der Neubürgeragentur sowohl von dem dafür eingerichteten behördeninternen, ressortübergreifenden Arbeitskreis als auch von einem Beirat mit Mitgliedern aus Verbänden, Kammern, gesellschaftlichen Einrichtungen und anderen Dachorganisationen intensiv begleitet worden.

Dabei ist dem Wunsch der Bremischen Bürgerschaft, auch die Handelskammer intensiv einzubeziehen, ebenso Rechnung getragen worden wie der Forderung, im operativen Geschäft Kooperationen zu planen und durchzuführen (PPP). Für die Zusammensetzung des Beirats wurden zudem alle Dachorganisationen und Verbände, die eine fachliche Nähe zum Tätigkeitsbereich der NBA haben, zur Begleitung und Kooperation eingeladen. Das wachsende Interesse zeigt sich nicht nur in der jetzigen Zusammensetzung des Beirats – wobei hinter den Dachorganisationen zahlreiche Einzeleinrichtungen stehen –, sondern auch in der Bereitschaft der Firmen und Verbände, sich materiell (z. B. für das Begrüßungspaket) und in aktiven Kooperationen, etwa mit ihren Personalabteilungen, das Projekt NBA zu unterstützen.

Beteiligte beim ressortübergreifenden Arbeitskreis NBA der Ressorts:

- Der Senator für Bau, Umwelt und Verkehr (Federführung),
- Der Senator für Inneres und Sport (Federführung),
- Senatskanzlei,
- Der Senator für Arbeit, Frauen, Gesundheit, Jugend und Soziales,
- Der Senator für Bildung und Wissenschaft,
- Der Senator für Wirtschaft und Häfen,

- Der Senator für Kultur,
- Der Senator für Finanzen,
- Bremische Zentralstelle für die Verwirklichung der Gleichberechtigung der Frau (ZGF),
- Magistrat Bremerhaven,
- Bremen Marketing Gesellschaft (BMG),
- Bremer Touristik-Zentrale (BTZ).

Beteiligte Einrichtungen im externen Beirat NBA:

- Arbeitnehmerkammer Bremen,
- Arbeitsgemeinschaft der Wohnungswirtschaft Bremen – Bremerhaven,
- ARGE Freier Wohnbau e. V.,
- Bremer Heimstiftung,
- DEHOGA Bremen,
- Handelskammer Bremen,
- Haus & Grund Landesverband Bremen e. V.,
- Landesarbeitsgemeinschaft der Freien Wohlfahrtsverbände (LAG),
- Landessportbund Bremen e. V.,
- RDM Bezirksverband Bremen.

In der turnusmäßigen Sitzung des Beirats am 7. Oktober 2004 wurde der Tätigkeitsbericht durch die Bremen Marketing Gesellschaft und das Büro Bernd Linke präsentiert und diskutiert.

Folgende Stellungnahme des Beirats wurde verabschiedet: „Der Beirat hat die Pilotphase der NBA 2002 bis 2004 mit insgesamt fünf Sitzungen begleitet und mit Anregungen, Kritik und Mitwirkung der Institutionen unterstützt. Der Beirat spricht aufgrund der in den Tätigkeitsberichten dargestellten positiven Ergebnisse und angesichts der erfolgreichen und kompetenten Geschäftsführung die Empfehlung an den Senat und die Bremische Bürgerschaft aus, ‚bremen_service, die Neubürgeragentur‘ fortzuführen.“

In seiner Sitzung am 2. November 2004 hat der Senat die folgenden Beschlüsse gefasst:

Beschluss des Senats vom 2. November 2004

TOP 8: „bremen_service, die Neubürgeragentur

– Controllingbericht 2 zum Abschluss der Pilotphase 2002 bis 2004“

1. Der Senat nimmt von dem Controlling-Bericht Kenntnis und beschließt, die Pilotphase um ein Jahr bis Ende 2005 zu verlängern. Er stimmt einer entsprechend geänderten Mitteilung des Senats an die Bürgerschaft (Landtag) und deren Weiterleitung zu.

Die Finanzierung der Verlängerung der Pilotphase erfolgt weiterhin über den Fonds für betriebswirtschaftlich rentable Maßnahmen, wobei noch zu überprüfen ist, ob der Zuschuss in der bisherigen Höhe erforderlich ist.

Eine Entscheidung des Senats über eine eventuelle Verstetigung soll im Zuge der Beratung über die Eckwerte der Haushalte 2006/2007 erfolgen.

2. Der Senat bittet die vorlegenden Ressorts, ihren Deputationen den Senatsbeschluss sowie die Mitteilung des Senats an die Bürgerschaft zur Kenntnis zu geben.
3. Der Senat bittet die Ressorts für Bau, Umwelt und Verkehr sowie für Inneres und Sport, die Bremen Marketing GmbH (BMG) für die Weiterführung der Pilotphase im Rahmen ihrer Zuständigkeit für das integrierte Standortmarketing mit der Trägerschaft für bremen_service, die Neubürgeragentur weiterhin zu betrauen.

4. Der Senat nimmt zur Kenntnis, dass die Bremen Marketing Gesellschaft ihre Tätigkeit im Zusammenhang mit der NBA zur Aufrechterhaltung des NBA-Geschäftsbetriebes und zur Gewährleistung der Kontinuität bis zum Abschluss des Ausschreibungs- und Vergabeverfahrens in der bisherigen Konstellation fortsetzt.
5. Der Senat bittet den Senator für Inneres und Sport und den Senator für Bau, Umwelt und Verkehr sowie den Senator für Finanzen, den Haushalts- und Finanzausschuss über die Beschlussfassung zu informieren und zur haushaltsrechtlichen Absicherung eine entsprechende Verpflichtungsermächtigung zu beantragen.
6. Der Senat stellt fest, dass auf Seite 3 der Vorlage 433/04 – und entsprechend auf Seite 3 der Mitteilung des Senats an die Bürgerschaft – der Text unter „Neubürgeragentur in der Stadtgemeinde Bremerhaven:“ wie folgt ersetzt wird:

„Der Magistrat der Stadt Bremerhaven hat am 12. Mai 2004 beschlossen, im Zuge der Einrichtung eines Bürgerbüros in der Stadtmitte die Betreuung von Neubürgern in der Gesamtkonzeption besonders zu berücksichtigen. Mit Eröffnung des Bürgerbüros Anfang 2005 wird die Zielgruppe Neubürger durch verschiedene Maßnahmen (z. B. persönliche Beratung, Internetangebot) gezielt angesprochen. Das Angebot, das bislang ausschließlich aus dem Haushalt der Stadt Bremerhaven finanziert wird, soll sukzessiv im Laufe des Jahres 2005 nachfrageorientiert erweitert werden.“