

**INTERNATIONALISIERUNGSSTRATEGIE
DER STADT KARLSRUHE**

Mai 2012

Internationalisierungsstrategie der Stadt Karlsruhe

ZUSAMMENFASSUNG	3
1. PRÄAMBEL	5
2. AUSGANGSSITUATION UND INTERNATIONALER KONTEXT	6
2.1 GLOBALE TRENDS UND RAHMENBEDINGUNGEN	6
2.2 BEST PRACTICE: INTERNATIONALISIERUNGSMABNAHMEN ANDERER STÄDTE	11
2.3 STÄRKEN-SCHWÄCHEN-ANALYSE KARLSRUHES	16
3. VISION UND ZIELE FÜR EIN INTERNATIONALES KARLSRUHE	21
3.1 VISION	21
3.2 ZIELKATALOG	21
4. MABNAHMEN	24
4.1 GRUNDLEGENDE MABNAHMEN	27
4.2 MABNAHMEN ZUR GENERIERUNG VON INVESTITIONEN	33
4.3 MABNAHMEN ZUR VERNETZUNG MIT INSTITUTIONEN	38
4.4 MABNAHMEN ZUR ENTWICKLUNGSZUSAMMENARBEIT	42
4.5 MABNAHMEN ZUR BEVÖLKERUNGSENTWICKLUNG	44
4.6 MABNAHMEN ZU PROJEKTPARTNERSCHAFTEN	50
4.7 MABNAHMEN ZUR POSITIONIERUNG ALS INTERNATIONALE MARKE	53
4.8 MABNAHMEN ZU VERANSTALTUNGEN	55
5. ORGANISATIONSMODELL: KOORDINATION DER INTERNATIONALISIERUNG	58
5.1 ORGANISATORISCHE VERORTUNG DER AUFGABE INTERNATIONALISIERUNG	58
5.2 AUFGABEN IM ZUSAMMENHANG MIT DER INTERNATIONALISIERUNGSSTRATEGIE	59
6. AUSBLICK	60
6. EVALUIERUNG	62
ANHANG	63
LITERATURVERZEICHNIS	63
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	65

Zusammenfassung

Die rasante **Globalisierung** der letzten Jahre betrifft nicht nur Staaten, Institutionen und das Leben jedes Einzelnen, sondern stellt auch Kommunen und Regionen vor große Herausforderungen. Vor dem Hintergrund einer sich dynamisch verändernden Welt ergeben sich für Städte Chancen und Risiken. Die Stadt Karlsruhe ist gefordert, mutig und entschlossen, die Chancen zu nutzen, Risiken frühzeitig zu erkennen und solidarisch sowie im Verbund mit Partnern zu agieren. So stehen Städte und Regionen unter immer größerem internationalem Konkurrenzdruck um Arbeitskräfte, Investitionen und internationale Sichtbarkeit. Daher ist die internationale Ausrichtung einer Stadt ein wesentliches und notwendiges Merkmal einer den globalen Anforderungen gerecht werdenden Kommunalpolitik.

Eine Darstellung gelungener Internationalisierungsansätze und -projekte („**best practice**“) anderer Städte und Regionen zeigt auf, dass erfolgreiche Internationalisierung von Kommunen in der Regel verwaltungs- und konzernübergreifend angelegt und ausformuliert ist („explizite Strategie“). Vor diesem Hintergrund legt die „Internationalisierungsstrategie der Stadt Karlsruhe“ dar, wie die Stadt ihre internationalen Aktivitäten inhaltlich, organisatorisch und personell neu aufstellen sollte. Diese Überlegungen beruhen auf der **Vision: „Karlsruhe ist eine internationale Stadt“**.

Aus der **Stärken-Schwächen-Analyse** wird deutlich, dass Karlsruhe als Standort internationaler oder international ausgerichteter Hochschulen, Bildungs- und Kulturinstitutionen, Netzwerke und Unternehmen hervorragende Ausgangsbedingungen für eine erfolgreiche Internationalisierung hat. Demgegenüber steht erhebliches Verbesserungspotenzial bei der Kommunikation (Marke und Botschaft). Des Weiteren fehlt es derzeit noch an einer übergreifenden, positiv ausstrahlenden „Willkommenskultur“.

Für die Internationalisierung Karlsruhes werden sieben **Ziele in zugehörigen Handlungsfeldern** vorgeschlagen:

- Karlsruhe akquiriert internationale Investitionen.
- Karlsruhe vernetzt sich mit internationalen Institutionen.
- Karlsruhe engagiert sich in der Entwicklungszusammenarbeit.
- Karlsruhe agiert aktiv mit Blick auf die zu erwartende Internationalisierung der Bevölkerung.
- Karlsruhe führt Veranstaltungen mit internationaler Ausstrahlung durch.
- Karlsruhe engagiert sich in internationalen Projektpartnerschaften
- Karlsruhe positioniert sich als internationale Marke.

Um die Vision und die Ziele der Internationalisierungsstrategie zu erreichen, wurden erste **Maßnahmen** und Maßnahmenpakete ausgearbeitet. Dabei wurde vor allem der Anspruch verfolgt, einerseits vordringliche Maßnahmen zu definieren und andererseits die inhaltliche Breite der zu bearbeitenden Themenfelder abzubilden.

Unabdingbare Basis einer erfolgreichen Internationalisierung sind **grundlegende Maßnahmen**, die als unabdingbare Voraussetzungen für eine erfolgreiche Internationalisierung vorrangig realisiert werden sollten. Hierzu zählen unter anderem die verwaltungsübergreifende Verstetigung des Internationalisierungsprozesses, ein mehrsprachiger Internetauftritt sowie die Schulung der städtischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Fremdsprachen und interkulturellen Kompetenzen.

Maßnahmenpakete, denen eine **hohe Priorität** zugewiesen wird, sind:

- Die Etablierung einer „**Willkommenskultur**“ für die Stadt Karlsruhe. Ziel ist es, den aus dem Ausland in Karlsruhe ankommenden Menschen (insbesondere Studierende, Fachkräfte mit Familien sowie Flüchtlinge) und Unternehmen Anlaufstellen und Rahmenbedingungen zu bieten, welche gleichermaßen Wertschätzung und Kompetenz für deren spezifische Anforderungen vermitteln. Aufgrund des aktuell besonderen Bedarfs bei der Fachkräftegewinnung liegt der Schwerpunkt derzeit bei Fachkräften und deren Familien (Maßnahmenpaket 4.5.1).
- Die Stärkung der **internationalen Entwicklungszusammenarbeit**. Karlsruhe als internationale Stadt trägt - auch als Unterzeichnerin der Millenniumserklärung - internationale Verantwortung. Um hierfür eine zielführende Handlungsgrundlage zu haben, entwickelt die Stadt mit weiteren Partnern vor Ort eine „Konzeption der Karlsruher Entwicklungszusammenarbeit“ mit Benennung der möglichen thematischen Schwerpunkte und daraus abgeleiteter konkreter Projektvorschläge (Maßnahmenpaket 4.4).
- Eine **wirtschaftsbezogene Kompetenzfeld-, Markt- und Branchenanalyse**. Als Innovationsstandort ist Karlsruhe darauf angewiesen, seine Wirtschaftstätigkeiten international auszurichten, Zielmärkte zu identifizieren und gezielt internationale Investoren und global agierende Unternehmen anzusprechen.

Karlsruhe wird schon alleine aufgrund seiner Größe und Einwohnerzahl im globalen Kontext kaum wahrgenommen. Daher ist für eine erfolgreiche Internationalisierung der Stadt bei den Zielen und Maßnahmen grundsätzlich zu prüfen, ob und welche **Kooperationspartner außerhalb der Stadtverwaltung** eingebunden werden können, um den Wirkungsgrad zu steigern. Das Spektrum reicht dabei von der Zusammenarbeit mit Institutionen wie dem Karlsruher Institut für Technologie oder dem ZKM, über bestehende regionale Kooperationsverbünde wie die TechnologieRegion Karlsruhe, Städtepartnerschaften, das Städtenetz Oberrhein, die Trinationale Metropolregion Oberrhein bis hin zu transnationalen Kooperationspartnerschaften.

Einige Maßnahmenvorschläge sind noch nicht bis zur Entscheidungs- und Umsetzungsreife vorbereitet und müssen konzeptionell weiter vertieft und auf Machbarkeit geprüft werden. Der weitere Prozess der Umsetzung der **Internationalisierungsstrategie** sollte daher **offen angelegt** sein, um ergänzende und neue Maßnahmenvorschläge zu integrieren, sofern sie zur Zielerreichung der Strategie beitragen.

Um die Zielorientierung der Internationalisierungsstrategie und ihre Einbindung in das „Integrierte Stadtentwicklungskonzept 2020“ zu gewährleisten, sind die Maßnahmen und ihre Umsetzung in regelmäßigen Abständen zu **evaluieren** und die Ergebnisse in einen Fortschreibungsprozess einfließen zu lassen.

1. Präambel

Vor dem Hintergrund einer sich dynamisch verändernden Welt ergeben sich für Städte Chancen und Risiken. Die Stadt Karlsruhe ist gefordert, mutig und entschlossen, die Chancen zu nutzen, Risiken frühzeitig zu erkennen und solidarisch sowie im Verbund mit Partnern zu agieren. Die Vision

„Karlsruhe ist eine internationale Stadt“

ist Ziel koordinierten und systematischen Handelns und soll im Alltag erlebbar werden.

Das vorliegende Konzept einer Internationalisierungsstrategie für Karlsruhe setzt den Schwerpunkt auf die Zukunftsfähigkeit und Standortentwicklung der Stadt. Dabei gilt es, die verschiedenen Themenfelder wie z.B. Ökonomie, Ökologie, Nachhaltigkeit, Soziales, Integration, Wissenschaft, Bildung, Kultur und Sport ausgewogen zu berücksichtigen und Synergien zu nutzen.

Die Internationalisierungsstrategie steht im vielfältigen Kontext bisheriger und künftiger Ansätze und Projekte der Stadtverwaltung und ihrer Gesellschaften. Sie ist Teil des „Integrierten Stadtentwicklungskonzepts 2020“. Um Karlsruhe international dauerhaft erfolgreich zu positionieren, bedarf die Strategie der stetigen Fortschreibung und Weiterentwicklung.

2. Ausgangssituation und internationaler Kontext

2.1 Globale Trends und Rahmenbedingungen

Der rasante Globalisierungsprozess der vergangenen Jahre führt zu einer zunehmenden weltweiten Verflechtung in Wirtschaft, Politik, Kultur, Umwelt und Kommunikation. Diese Verdichtung der globalen Beziehungen beeinflusst Staaten, Institutionen und das Leben jedes Einzelnen in grundsätzlicher Weise. Nicht zuletzt sind davon Kommunen und Regionen betroffen. Die Globalisierung führt damit auch für die Stadt und die TechnologieRegion Karlsruhe zu einem sich ständig verschärfenden Wettbewerb um Ressourcen (unter anderem Fach- und Führungskräfte, Investitionen) und verbesserte Standortattraktivität (unter anderem Infrastrukturen, Bildungsangebote, Lebensqualität). Zugleich geht die Globalisierung mit einer tief greifenden Transformation der Strukturen und Handlungsfelder auf kommunaler Ebene einher. Die Städte übernehmen auch zunehmend globale Verantwortung im Rahmen der Entwicklungszusammenarbeit.

Im Folgenden werden wichtige Trends des Globalisierungsprozesses beschrieben.

Zunehmende Internationalisierung von Unternehmen und Institutionen

Die anhaltende Liberalisierung des Handels und der weltweiten Kapitalflüsse führen in Kombination mit einem immer schneller werdenden Informationsaustausch zu einer zunehmenden Internationalisierung von Unternehmen und Institutionen.

Ein Indikator für die zunehmende Internationalisierung von Unternehmen ist die Entwicklung der ausländischen Direktinvestitionen (ADI) - das heißt der Vermögensanlagen im Ausland durch inländische Investoren. Es ist zu beobachten, dass ausländische Direktinvestitionen seit den 80er Jahren schneller wachsen, als das Volumen des globalen Handels insgesamt. Vor diesem Hintergrund werden Investitionen über Ländergrenzen hinweg bei der Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit von Standorten und Unternehmen immer wichtiger.

Im Jahr 2009 beliefen sich die unmittelbaren ausländischen Direktinvestitionen in Deutschland insgesamt auf 650,6 Mrd. € Dies ist ein Anstieg von fast 4 Mrd. € gegenüber 2007¹, wobei das Wachstum in diesem Zeitraum durch die weltweite Rezession in Folge der Finanz- und Wirtschaftskrise verlangsamt war.²

Im Jahr 2008 waren in Deutschland 21.376 aus dem Ausland kontrollierte³ Unternehmen ansässig⁴. Diese machen zwar nur 1% aller Unternehmen der nichtfinanziellen gewerblichen Wirtschaft⁵ aus, erzielen jedoch 20% der Bruttowertschöpfung sowie 27% der Umsätze. Sie beschäftigen rund 2,8 Millionen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Deutschland.⁶

¹ Deutsche Bundesbank, *Bestandserhebung über Direktinvestition* (Frankfurt am Main, 2011)

² Deutsche Bundesbank, *Direktinvestitionen lt. Zahlungsbilanzstatistik* (Frankfurt am Main, 2011)

³ die Muttergesellschaft im Ausland besitzt mehr als die Hälfte der Stimmrechte und hat somit die Möglichkeit die allgemeine Unternehmenspolitik festzulegen.

⁴ Statistisches Bundesamt Deutschland, *Inward-FATS - Auslandskontrollierte Unternehmen in Deutschland* (Wiesbaden, 2011)

⁵ alle gewerblichen Wirtschaftsbereiche (d.h. Produzierendes Gewerbe und Dienstleistungen) mit Ausnahme des Bereichs "Erbringung von Finanz- und Versicherungsdienstleistungen" (d.h. aus dem Ausland kontrollierte Banken und Versicherungen)

⁶ Statistisches Bundesamt Deutschland, *Auslandskontrollierte Unternehmen in Deutschland (Inward-FATS-Unternehmen) 2008* [website] <<http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Content/Statistiken/UnternehmenGewerbeInsolvenzen/Auslandsunternehmen/Aktuell.psml>>, abgerufen 8. November 2011

Demografischer Wandel und Wettbewerb um Fachkräfte

Aufgrund des in Deutschland einsetzenden demografischen Wandels ist in den kommenden Jahren mit einer Intensivierung des Wettbewerbs um Fachkräfte zu rechnen. In den Rekrutierungsstrategien von Unternehmen werden internationale Fachkräfte eine Schlüsselrolle einnehmen.

Nach einer Studie des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) wird das Erwerbspersonenpotenzial in Deutschland von 44,6 Mio. im Jahr 2010 auf 38,1 Mio. im Jahr 2025 zurückgehen.⁷ Frank Weise, Vorstandsvorsitzender der Bundesagentur für Arbeit, geht davon aus, dass die so entstehende Lücke an Erwerbspersonen „[...] über das Mobilisieren von Arbeitskräften in unserem Lande vielleicht bis zur Hälfte [...]“ gefüllt werden kann.⁸ Es ist also davon auszugehen, dass bei der Deckung des demografiebedingten Fachkräftebedarfs zukünftig auch ausländische Fachkräfte eine wichtige Rolle spielen werden.

Außerdem steigen die Anforderungen an die Arbeitnehmer. Gründe hierfür sind die zunehmende Dynamik und Komplexität von Geschäftsprozessen, der Strukturwandel hin zu wissensintensiven Produkten und Dienstleistungen sowie technologische Innovationen. Dies führt zu einem Zusatzbedarf an hoch qualifizierten und spezialisierten Mitarbeitern.

Aktuell ist in Deutschland ein partieller Fachkräftemangel - begrenzt auf bestimmte Regionen und Branchen - festzustellen. Betroffen sind insbesondere Ingenieur- und IT-Berufe, die Gesundheitsbranche sowie das spezialisierte Handwerk und das Baugewerbe. Darüber hinaus können vor allem kleine Unternehmen ihre Ausbildungsstellen schon heute nicht mehr besetzen.

Vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen wurde auf Bundesebene bereits beschlossen, die Vorrangprüfung für bestimmte Ingenieurberufe sowie für Ärztinnen und Ärzte auszusetzen.⁹ Eine weitere, zu erwartende Maßnahme ist die Erhöhung der Bleibedauer von 1 auf 2 Jahre für ausländische Studierende¹⁰. Bereits durch die Regierungskoalition umgesetzt wurde die Absenkung der Verdienstschwelle von 66.000 € auf 48.000 € für ausländische Fachkräfte.

Parallel steigt die internationale Mobilität von Arbeitskräften innerhalb der EU. Gründe hierfür sind die Arbeitnehmerfreizügigkeit und die Dienstleistungsfreiheit. Diese erlauben es EU-Bürgern einerseits, sich innerhalb der Union auf Stellen zu bewerben sowie einer Beschäftigung nachzugehen und andererseits Dienstleistungen in anderen EU-Ländern anzubieten beziehungsweise zu erbringen.

⁷ Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung, *Zuwanderungsbedarf und politische Optionen für die Reform des Zuwanderungsrecht* [website] <http://doku.iab.de/grauepap/2011/Fachkr%C3%A4ftebedarf_Migration_Br%C3%BCcker.pdf>, abgerufen 24. November 2011

⁸ Vermittlungsgutschein, *Weise: Mehr als 2 Millionen ausländische Fachkräfte bis 2025 notwendig* [website] (2011) <<http://www.vermittlungsgutschein.info/weise-mehr-als-2-millionen-auslandische-fachkrafte-bis-2025-notwendig.html>>, abgerufen 24. November 2011

⁹ Bundesagentur für Arbeit, *Ärzte und Ingenieure aus Drittstaaten in Deutschland* [website] (2011) <http://www.arbeitsagentur.de/nn_27044/zentraler-Content/Pressemeldungen/2011/Presse-11-033.html>, abgerufen am 8. November 2011

¹⁰ Dies betrifft Studierende aus Drittländern, die ihren Hochschulabschluss in Deutschland erworben haben (Bildungsausländer).

Europäische Schuldenkrise und erhöhte Arbeitslosigkeit in europäischen Krisenländern

Im Jahr 2010 begann mit der griechischen Finanzkrise die bis heute andauernde Haushalts- und Verschuldungskrise mehrerer Mitgliedsstaaten der Eurozone. Neben Griechenland werden aktuell auch Spanien, Portugal und Italien zu den Krisenländern gezählt.

Im Hinblick auf das Themenfeld Internationalisierung bedingt die aktuelle Schuldenkrise zunächst die Freisetzung gut ausgebildeter, relativ junger Fachkräfte in den betroffenen Ländern. Vor diesem Hintergrund wirbt die Zentrale Auslands- und Fachvermittlung (ZAV) der Bundesagentur für Arbeit momentan gezielt unter anderem um Ingenieure und IT-Spezialisten aus Spanien, Ärzte aus Griechenland und Pflegepersonal aus Portugal.

Regionalisierung, politische Integration, Netzwerkbildung

In den letzten Jahren ist ein zunehmender Trend hin zu regionalen politischen Zusammenschlüssen zu beobachten. Hierbei spielt insbesondere die Bildung von Metropolregionen eine wichtige Rolle. Zweck der Bildung von Metropolregionen ist zum einen deren „innere Vernetzung“ und zum anderen eine größere internationale Sichtbarkeit. Es ist davon auszugehen, dass insbesondere die Metropolregionen, aber auch interkommunale Kooperationsverbände, zukünftig wichtige Partner für internationale Institutionen darstellen werden.

Gleichzeitig findet auf supranationaler Ebene eine zunehmende politische Integration statt. Ein Beispiel hierfür ist die aktuell diskutierte gemeinsame Wirtschaftsregierung der EU.

Um ihre Kompetenzen zu vereinen, gemeinsame Interessen durchzusetzen, international sichtbarer zu werden und voneinander zu lernen, engagieren sich Städte in zunehmendem Maße in bi- und multilateralen Netzwerken. Ein Beispiel hierfür ist EUROCITIES: über 140 Städte aus 30 Ländern Europas haben sich in diesem Länder übergreifenden Netzwerk zusammengeschlossen. Auch bilaterale Städtepartnerschaften - insbesondere mit asiatischen Boomstädten - werden in jüngster Zeit vor allem zum Aufbau von Wirtschaftsbeziehungen gegründet.

Internationale Mobilität von Fach- und Führungskräften, Kreative Klasse

Fach- und Führungskräfte werden international zunehmend mobiler. Diese erhöhte Mobilität beginnt bereits in der Ausbildung, in der heute schon regelmäßig Auslandsaufenthalte geleistet werden. Die internationale Homogenisierung von Studienabschlüssen und die höher werdenden Anforderungen an junge Fachkräfte tragen ihren Teil dazu bei. Im Wintersemester 2010 waren rund 11,5 Prozent der Studierenden an deutschen Hochschulen aus dem Ausland.¹¹

Die zunehmende Mobilität hoch qualifizierter Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer ist auch ein Aspekt der Theorie der „Kreativen Klasse“ von Richard Florida¹². Es ist davon auszugehen, dass hoch qualifizierte, international mobile Arbeitskräfte ihren Wohnort anhand der drei Kriterien Technologie, Toleranz und Talente wählen. Technologie steht hierbei für Innovationen und Konzentration der Hochtechnologie- und der Kultur- und Wissensbranchen in einer Region. Unter Toleranz ist die Offenheit einer Gesellschaft oder Region zu verstehen. Talent

¹¹ Statista, *Anteil ausländischer Studenten an deutschen Hochschulen vom Wintersemester 1998/99 bis 2009/10* [website] (2011) <<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/222/umfrage/anteil-auslaendischer-studenten-an-hochschulen/>>, abgerufen am 24. November 2011

¹² Richard Florida, *The Rise of the Creative Class: The New Global Competition for Talent* (HarperBusiness, 2005)

stellt das kreative Potenzial - bestimmt durch die Anzahl der Angestellten in kreativen Berufen - in einer Region dar. Durch die Ansiedlung der Kreativen Klasse auch gerade in der Kultur entsteht also eine Clusterbildung im Bereich der Arbeitskräfte: Talente ziehen weitere Talente an.

Hinzu kommt, dass eine höhere Zahl von Hochqualifizierten positive Wirkungen auf die Erwerbstätigen der übrigen Qualifikationssegmente im Arbeitsmarkt hat¹³.

Entwicklungszusammenarbeit und kommunale Netzwerke im Klimaschutz

Soziale Verantwortung in der „Einen Welt“, aber auch die erkennbare Notwendigkeit zum schnellen und entschlossenen Handeln im Klimaschutz haben zu einer Vernetzung des kommunalen Nachhaltigkeitsmanagements mit internationalem Bezug geführt. Gefördert werden entsprechende Aktivitäten vor allem durch die kommunalen Spitzenverbände, insbesondere durch den Deutschen Städtetag.¹⁴

Speziell das Thema Klimaschutz kommt in der Münchener Erklärung der 11. Bundeskonferenz der Kommunen aus dem Jahr 2009 zum Ausdruck. Darin sind kommunale Partnerschaften, die sich auf konkrete Projekte etwa im Energiebereich (erneuerbare Energien, Energieeffizienz) beziehen, ein zunehmend anerkannter Rahmen; Städtetag und LAG 21 haben hierzu spezielle Förderprojekte aufgelegt.¹⁵

Auch beim Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) sowie der Europäischen Kommission in Brüssel wächst die Erkenntnis, dass Klimaschutz maßgeblich durch kommunales Engagement bestimmt und durch internationale kommunale Aktivitäten gefördert werden kann. Dementsprechend sind in der jüngeren Vergangenheit Förderprogramme auf kommunale Netzwerke zugeschnitten und administrativ in die Hände von Kommunen als Koordinatoren gelegt worden.¹⁶

Es besteht die berechtigte Hoffnung, dass die in den letzten internationalen Klimakonferenzen zugesagten Unterstützungsfonds zur internationalen Entwicklungszusammenarbeit im Klimaschutz den Kommunen den erforderlichen finanziellen und operativen Rahmen geben, damit sie ihre Kompetenzen im Sinne der Millenniumserklärung in internationale Netzwerke und Projekte einfließen lassen können.

Zwischenfazit

Auf Basis der dargestellten globalen Trends ist eine zunehmende Internationalisierung von Unternehmen und Institutionen sowie der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer zu erwarten. Parallel hierzu finden auf politischer Ebene eine zunehmende Regionalisierung von Aktivitäten sowie die Bildung von internationalen Netzwerken statt. Der von den Kommunen über Ländergrenzen hinweg getragenen Entwicklungszusammenarbeit und dem Klimaschutz kommt eine immer stärkere Rolle zu. Für diese spezifischen Beiträge jenseits der eigenen

¹³ PricewaterhouseCoopers, *Deutschland 2018 - Die Arbeitsplätze der Zukunft*, 2008

¹⁴ Vgl. Deutscher Städtetag: Leitfaden für die kommunale Entwicklungszusammenarbeit (KEZ), Januar 2011; Aktivitäten der „Servicestelle Kommunen in der einen Welt“, seit 1.1.2012 unter dem Dach der neu gegründeten Servicestelle für bürgerschaftliches und kommunales Engagement ENGAGEMENT GLOBAL gGmbH mit Sitz in Bonn.

¹⁵ Vgl. Landesarbeitsgemeinschaft Agenda 21 NRW e.V.: <http://www.service-eine-welt.de/klimapartnerschaften/klimapartnerschaften-projektbeschreibung.html>, Abruf am 9.1.2012

¹⁶ Vgl. etwa zuletzt das EU-Programm URBAL mit 180 Projekten, 2500 kommunalen Körperschaften in 13 Netzwerken

Stadtgrenzen sind deutsche Kommunen, die auch mit ihrer kommunalen Selbstverwaltung ein „gutes Produkt“ anzubieten haben, in besonderer Weise geeignet¹⁷.

Diese Entwicklungen stellen insbesondere die Städte, aber auch die Regionen vor große Herausforderungen. Zum einen wird der Wettbewerb zwischen den Städten durch die zunehmende regionale Integration internationaler - d.h. der Wettbewerbsraum wird größer. Zum anderen müssen sich die Städte auf die Anforderungen internationaler Investoren, Fachkräfte, Organisationen und Institutionen einstellen, um im Wettbewerb attraktiv zu bleiben.

Der Präsident des Deutschen Städtetages, der Münchner Oberbürgermeister Christian Ude¹⁸, fasst die Ausgangslage und Verantwortung der Kommunen als außenpolitische Akteure wie folgt zusammen: „Das Spektrum kommunaler außenpolitischer Aktivitäten hat sich allerdings wesentlich erweitert. Ursächlich dafür ist eine Entwicklung, die mit dem allgegenwärtigen Begriff der Internationalisierung zu tun hat. Die Kommunen können und müssen eine wesentliche Rolle spielen, wenn Entwicklung nachhaltig sein soll. Der Begriff `Eine Welt´ trifft wohl am besten die neue Situation, in der Kommunen heute stehen und in der sie agieren“.

¹⁷ UDE, C., *Städte als außenpolitische Akteure - Kommunale Verantwortung weltweit*; Städtetag aktuell (1/2012), S.6..

¹⁸ UDE, C., *Städte als außenpolitische Akteure - Kommunale Verantwortung weltweit*; Städtetag aktuell (1/2012), 4ff.

2.2 Best practice: Internationalisierungsmaßnahmen anderer Städte

Kommunales außenpolitisches Handeln wird heute von zahlreichen Städten und Regionen als notwendiges Instrument in einer vernetzten und zusammengewachsenen Welt angesehen, aktiv gestaltet und genutzt. „Think globally, act locally“ als Basis und Motivation steht dabei als gemeinsames Dach über dem internationalen Engagement der Kommunen.

Im Folgenden wird anhand von best practice Beispielen erläutert, wie sich Städte und Regionen weltweit mit dem Thema Internationalisierung auseinandersetzen und in welchen Themenfeldern sie hierbei aktiv sind.

Einige Städte betreiben „explizite“ Internationalisierung - das heißt ihre Internationalisierungsaktivitäten sind Teil einer eigenständig ausformulierten und schriftlich festgehaltenen Internationalisierungsstrategie. Andere Städte verfolgen wiederum „implizite“ Internationalisierung: Internationalisierung ist hier Querschnittsthema - also Teil verschiedenster thematischer Fragestellungen - und wird oftmals als Hilfsmittel zur Erreichung anderer Ziele angesehen. Städte, die explizite Internationalisierung betreiben, sind beispielsweise Düsseldorf, Bonn, Madrid oder die finnische Stadt Vantaa. Implizite Internationalisierungsstrategien werden unter anderem von Singapur, Miami, Turin und Frankfurt verfolgt.

Grundsätzlich sind die Internationalisierungsstrategien der Städte - egal ob explizit oder implizit formuliert - individuell, da die zu Grunde liegenden Motive, Ziele und Ausgangssituationen sehr verschieden sind. Sie sind abhängig von finanziellen Begrenzungen, technischen Möglichkeiten, ihrer Lage, historischen Entwicklungen sowie organisatorischen, politischen und soziokulturellen Gegebenheiten.

Die Themenfelder, in denen Städte Internationalisierung betreiben, lassen sich klassifizieren in:

- Internationale Investitionen
- Internationale Institutionen
- Internationale Bevölkerung und Talente
- Internationale Veranstaltungen und Events
- Internationale (Städte-)Beziehungen
- Marketing, globale Marke und Image

Internationale Investitionen

Städte, die bei der Akquisition internationaler Investitionen besonders erfolgreich sind, weisen oftmals folgende Merkmale auf:

- Sie sind einheitlich positioniert und verfolgen damit übergeordnete Ziele und eine Vision.
- Die verschiedenen Akteure innerhalb der Region aus Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur arbeiten zusammen. Es besteht ein umfassendes, gemeinsam getragenes Regionalmarketing.
- Die Wirtschaft ist - zum Beispiel über Botschafter-Konzepte - beteiligt. Die Aktivitäten sind auf bestimmte Zielmärkte und Branchen fokussiert.

Ein Ansatzpunkt zur Generierung internationaler Investitionen ist die gezielte Akquisition und Nutzung von EU-Mitteln. Mannheim setzt hierbei auf die Einholung von Geldmitteln aus europäischen Strukturfonds und Aktionsprogrammen. Vantaa nutzt wiederum gezielt EU-Förderprogramme zur Umsetzung der eigenen Internationalisierungsstrategie.

Des Weiteren werden international agierende Unternehmen gezielt angesprochen und unterstützt. Diese Ansprache und Unterstützung wird etwa in Madrid über die Agentur Promo-Madrid¹⁹ und einen „Foreign Investor Support Office“²⁰ betrieben.

Singapur betreibt eine Förderung internationaler Cluster. Amsterdam wiederum forciert die Vernetzung der dort bereits bestehenden Cluster mit internationaler Ausrichtung.

Auch die aktive Erschließung internationaler Märkte ist für viele Städte ein Ansatzpunkt zur Generierung internationaler Investitionen. Nürnberg präsentiert sich hierzu auf ausgewählten Fachmessen. Düsseldorf konzentriert sich mit dem „Japan-Desk“²¹ sowie einem „China-Kompetenzzentrum“²² stark auf spezielle Zielländer. Die Region Katalonien führt so genannte „Business Missions“ durch. Hierbei werden, wie beispielsweise in Indien, Erfolgsgeschichten zielgruppengerecht in ausgewählten Ländern und Regionen präsentiert.²³ Botschafterkonzepte sind ebenfalls ein Mittel zur aktiven Erschließung internationaler Märkte. Im Rahmen eines Botschafterkonzeptes werben ausgewählte Personen mit entsprechendem Renommee und Zugang zu wichtigen (internationalen) Entscheidungsträgern für einen Standort. Städte, die Botschafterprogramme betreiben, sind beispielsweise Flensburg, Köln, Kopenhagen und Lyon.

Internationale Institutionen

Im Themenfeld „Internationale Institutionen“ betreiben einige Städte systematische Ansätze zur Ansiedlung international bedeutender Institutionen. Turin setzt bei einer aktiven Clusterpolitik im Bereich internationaler Institutionen gezielt auf den Bereich Ausbildung, da einige Ausbildungsinstitutionen der EU und UN (unter anderem die „European Training Foundati-

¹⁹ <http://www.promomadrid.com>

²⁰ <http://www.esmadrid.com/en/portal.do?IDM=817&NM=3>

²¹ Landeshauptstadt Düsseldorf, *International Business Services - Japan* [website]

<<http://www.duesseldorf.de/wirtschaftsfoerderung/business/index.shtml>>, abgerufen am 24. November 2011

²² <http://www.china-goes-dus.de/>

²³ ACC10, *Catalan business mission to India* [website] (2010)

<[http://www.acc10.cat/offices/johannesburg/en/news/news_detail.jsp?id=tcm:213-](http://www.acc10.cat/offices/johannesburg/en/news/news_detail.jsp?id=tcm:213-87702undint=trueundtitle=Catalan+business+mission+to+India)

87702undint=trueundtitle=Catalan+business+mission+to+India>, abgerufen am 24. November 2011

on“ (ETF)) dort bereits angesiedelt sind. Ljubljana ist seit 2011 Sitz der „Europäischen Agentur für die Zusammenarbeit der Energieregulierungsbehörden (ACER)“. Mannheim bewirbt sich derzeit mit Unterstützung des Landes Baden-Württemberg um einen Sitz des Europäischen Patentgerichts.

Auch Singapur betreibt mit einer zentralen Anlaufstelle zur Ansiedlung internationaler Non-Profit-Organisationen einen systematischen Ansatz zur Akquisition internationaler Institutionen und profiliert sich so als „Eintrittstor für Asien“. Damit hat Singapur die Anzahl der ansässigen Organisationen seit 2005 auf über 80 verdoppelt. Darunter ist auch der World Wide Fund for Nature (WWF), der sein Asia-Pazifik Büro in Singapur angesiedelt hat.²⁴

Nach einem ähnlichen Ansatz wirbt Miami um Institutionen mit dem Fokus auf Südamerika. Die geographische Lage Miamis sowie der große Anteil von Süd- und Mittelamerikanern an der Bevölkerung sind dabei wichtige Faktoren.

Internationale Bevölkerung und Talente

Städte wie Hamburg, Madrid oder Amsterdam schaffen zentrale Anlaufstellen mit speziellen Angeboten für ausländische Fachkräfte. Diese - häufig als „Welcome Center“ bezeichneten - Anlaufstellen halten oftmals vertiefte Neubürgerinformationen für aus dem Ausland stammende Fach- und Führungskräfte sowie ein spezielles ausländer- und melderechtliches Angebot vor.

Eine weitere mögliche Maßnahme ist die Durchführung von besonderen Veranstaltungen: In Düsseldorf ist geplant, regelmäßige Informations- und Willkommensveranstaltungen für die Zielgruppe der ausländischen Fachkräfte zu organisieren.²⁵

In einigen Städten werden für ausländische Fachkräfte speziell zugeschnittene Informationen bereitgestellt. Die Stadt Wien hat beispielsweise für ausländische Fachkräfte ein spezielles „Willkommenspaket“ zusammengestellt. Dieses enthält Informationen beziehungsweise Dokumente zu den Themenfeldern: rechtliche Fragen zum Aufenthalt, Wohnen, Arbeit, Weiterbildung, Kinder und Jugendliche, Gesundheit, Frauen, Beratungseinrichtungen, Alltag sowie Freizeit. In Dresden existiert ein virtuelles „Welcome Center“²⁶ mit einem entsprechenden Informationsangebot.

Teil der expliziten Internationalisierungsstrategie von Vantaa ist die Stärkung der internationalen Kompetenzen städtischer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Dies soll erreicht werden durch Sprachtraining, interkulturelles Training sowie internationalen Mitarbeiteraustausch. Köln berücksichtigt ausdrücklich die Zielgruppe Migrantinnen und Migranten in Stellenausschreibungsverfahren.

Die Stadt Frankfurt und das Bundesland Hessen beschäftigen sich aktiv mit vor Ort existierenden internationalen Netzwerken. Hierzu gehört beispielsweise eine Analyse britischer, chinesischer, indischer, italienischer, japanischer, koreanischer und US-amerikanischer Netz-

²⁴ CLARK, G., *OPENCities: Internationalisierung* (Madrid, 2011), 37.

²⁵ City of Düsseldorf, *Local Action Plan* [webdokument] (2011)

<http://www.duesseldorf.de/wirtschaftsfoerderung/pdf/local_action_plan.pdf>, abgerufen am 24. November 2011

²⁶ <http://welcome.dresden.de/>

werke. Heidelberg hat eine Analyse der Migrantenmilieus vor Ort durchführen lassen, um diese besser einschätzen zu können.²⁷

Im lokalen Aktionsplan der Stadt Düsseldorf sind Maßnahmen vorgesehen, welche die Arbeitgeber vor Ort bei der Rekrutierung und Integration ausländischer Fachkräfte unterstützen sollen. Hierzu gehört ein Bleibeservice für ausländische Studierende - so genannte Bildungsausländer -, die nach dem Studium in Düsseldorf bleiben wollen. Darüber hinaus sollen die aktuellen Dienstleistungen der Stadt in punkto Integration und Migration für lokale Arbeitgeber transparent dargestellt sowie zusätzliche Services speziell zur Unterstützung von Personalabteilungen konzipiert werden.

Internationale Veranstaltungen und Events

Im Bereich internationale Veranstaltungen und Events konkurrieren einige Städte gezielt um die Anwerbung einzelner Veranstaltungen, die einerseits internationales Publikum in die Stadt bringen und die andererseits international ausstrahlen.

Darüber hinaus haben Kommunen erkannt, dass Events auch als internationale Marketinginstrumente zu sehen sind und setzen sie strategisch ein. Emotionalisierung und das so genannte „Wir-Gefühl“ spielen dabei eine bedeutende Rolle und werden zur Schaffung von Image - auch im Kampf um internationale Führungskräfte - eingesetzt. Beim Werben um Talente spielt das kulturelle und damit auch das Event-Angebot eine immer größere Rolle. Eine positive, weltoffene Wahrnehmung des Standorts über internationale Events mit Ausstrahlung und Authentizität ist dabei ein wichtiges Element. "Die Mitglieder der kreativen Klasse suchen Gemeinden, die sich gegenüber neuen Ideen öffnen. [...] Für einige stehen die ökonomischen Möglichkeiten im Vordergrund, andere entscheiden nach dem Angebot an Infrastruktur - Restaurants, Nachtleben, Kunst und Kultur [...]".²⁸ Interaktive Elemente, kulturelle Darbietungen, vernetzte Wissenschaftsbereiche und die Facetten des Sports sorgen für eine hohe Attraktivität und Ausstrahlung. Positive Erlebniswelten mit emotionalem und informellem Charakter sorgen sowohl in der Innen- als auch in der Außendarstellung für eine starke Präsenz. Deshalb ist die Entwicklung von strategischen, integrativen und nachhaltigen Eventkonzepten mit internationalem Charakter und entsprechender Ausstrahlung notwendig.

Ein herausragendes Beispiel ist das Edinburgh Festival in Edinburgh, Schottland²⁹. Im August und September jeden Jahres werden während drei Festivalwochen rund zwei Millionen Besucher verzeichnet. Zeitgleich finden zehn unterschiedliche Festivals statt, die internationale Strahlkraft in den Bereichen Film, Buch, Musik, TV und Theater sowie Straßentheater haben. Das „Edinburgh Festival Fringe“ hat dabei eine herausragende Stellung. Die Vernetzung der internationalen Themen am Standort in eigenen Themen-Clustern hat Edinburgh mit rund 480.000 Einwohnern zur weltweit bekanntesten Festivalstadt gemacht. Hunderttausende Besucher beleben den Tourismus und die Universitätsstadt spielt ihre eigenen Stärken international aus.

²⁷ Stadt Heidelberg, *Heidelberger Migrantenstudie 2008* [webdokument] (2009) <http://www.heidelberg.de/servlet/PB/show/1197674/12_pdf_HeidelbergerMigrantenstudie_2008.pdf>, abgerufen am 24. November 2011

²⁸ FLORIDA, R. in *Monopol* (1/2012)

²⁹ <http://www.eif.co.uk/german>

Internationale (Städte-)Beziehungen

Zum Aufbau internationaler multilateraler Beziehungen treten einige Städte Netzwerken wie EUROCITIES, POLIS³⁰ oder dem RGRE³¹ bei.

Auch bilaterale Beziehungen - das heißt Städtepartnerschaften und in zunehmendem Maße Projektpartnerschaften - werden insbesondere in wirtschaftlich interessanten Regionen ausgebaut und gefördert. Beispielsweise pflegt Duisburg eine Städtepartnerschaft zu Wuhan in China. Gleichzeitig werden Projektpartnerschaften gegründet. Diese beziehen sich häufig auf Entwicklungsräume in Asien und Südamerika.

Beim Aufbau internationaler Städtebeziehungen spielt auch die Durchsetzung gemeinsamer Interessen eine wichtige Rolle. Ein Beispiel hierfür ist die Teilnahme Karlsruhes unter dem Dach der TechnologieRegion Karlsruhe am INTERREG Projekt "Corridor Development 24 Rotterdam Genua (CODE 24)".

Globale Marke und Image

Einigen Städten ist es gelungen, eine international bekannte Marke zu etablieren. Beispiele hierfür sind Frankfurt als „City of the Euro“ oder Freiburg als „Green City“.

Andere Städte betreiben gezielt Internationalisierungskampagnen. Zu diesen gehören Wien mit der Public Awareness Kampagne „Success Knows no Boundaries“ oder Amsterdam mit der Marke „I amsterdam“. Die Stadt Lyon verfolgt mit der Marke „ONLYLYON“ das Ziel, den Bekanntheitsgrad von Lyon international zu steigern. Hierzu werden Anzeigen an Flughäfen (z.B. Frankfurt, Brüssel, Paris) sowie in Bordmagazinen von Fluggesellschaften geschaltet. Lyon nutzt außerdem gezielt neue Medien (facebook, twitter, linkedin, eigenes soziales Netzwerk: www.onlylyon.org) zur Steigerung der internationalen Bekanntheit.



Abbildung 1: ONLYLYON

³⁰ „Polis ist ein Netzwerk europäischer Städte und Regionen, die an innovativen Technologien und Richtlinien für den lokalen Nahverkehr arbeiten.“ (<http://www.polisnetwork.eu/>)

³¹ „Der Rat der Gemeinden und Regionen Europas ist eine europaweite Organisation der kommunalen und regionalen Gebietskörperschaften. Im RGRE sind 54 nationale Kommunalverbände aus 40 europäischen Ländern (Sektionen) zusammengeschlossen.“ (<http://www.rgre.de/>)

2.3 Stärken-Schwächen-Analyse Karlsruhes

Ausgangssituation

Die Stadt Karlsruhe hat - wie viele andere Städte - in den letzten Jahren implizite Internationalisierung (siehe Kapitel 2.2) betrieben.

Teil der Internationalisierungsarbeit sind beispielsweise die Städtepartnerschaften zu Nancy (Frankreich, seit 1955), Nottingham (Großbritannien, seit 1969), Temeswar (Rumänien, seit 1992) und Krasnodar (Russland, seit 1992). Auch die Kulturfestivals "Europäische Kulturtage Karlsruhe" und "Frauenperspektiven" wirken international vernetzend.

Darüber hinaus ist die Stadt Karlsruhe im Bereich regionaler internationaler Aktivitäten eingebunden. Über den interkommunalen Kooperationsverbund TechnologieRegion Karlsruhe werden internationale Messen und Veranstaltungen wie die EXPO REAL besetzt. Über internationale Projekte werden Netzwerke geschaffen. Hierzu zählt beispielsweise die Teilnahme am „Städtenetz Oberrhein“, welches wiederum in der politischen Säule der „Trinationalen Metropolregion Oberrhein (TMO)“ vertreten ist. Die Mitwirkung im Eurodistrict REGIO PAMINA ist ein weiterer Baustein.

Der kürzlich erfolgte Beitritt Karlsruhes zum Städtenetzwerk EUROCITIES unterstreicht darüber hinaus die Bestrebungen der Stadt Karlsruhe, sich stärker international zu vernetzen. Auch die Federführung bei der Initiative "Magistrale für Europa" findet in einem internationalen Rahmen statt. Für den 2012 neu geschaffenen "Ausschuss für Kommunalen Entwicklungszusammenarbeit" des RGRE wurde ein Mitglied des Karlsruher Gemeinderates als Vertreter der Stadt Karlsruhe benannt. Damit ist Karlsruhe aus erster Hand über aktuelle Entwicklungen informiert und kann selbst gestalten.

Betrachtet man die Zuzugsstatistik für Karlsruhe unter dem Aspekt der Internationalisierung, so ist festzustellen, dass im Jahr 2010 4.285 Ausländerinnen und Ausländer im erwerbsfähigen Alter - also zwischen 18 und 65 Jahren - nach Karlsruhe gezogen sind.³²

Ein Großteil der Zuziehenden (58,7%) stammt aus den EU-27 Staaten. Aus weiteren europäischen Staaten sowie aus Asien stammen 13,9% beziehungsweise 13,7% der im Jahr 2010 zugezogenen Ausländerinnen und Ausländer. Die Anteile für Nord- und Südamerika sowie für Afrika / Australien / Ozeanien / Antarktis belaufen sich auf 9,2% und 4,4%. Auffällig ist, dass mehr als die Hälfte der Zuziehenden (55,5%) jünger als 29 Jahre ist. Dies ist auch ein Indiz für die Anziehungskraft der Karlsruher Hochschullandschaft auf ausländische Studierende.

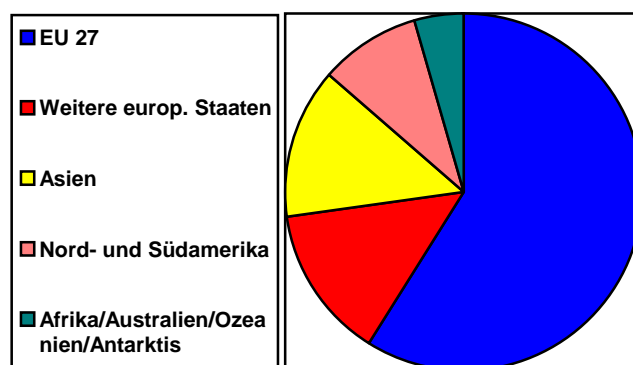


Abbildung 2: Verteilung zugezogener Ausländer

Aktuell wohnen in Karlsruhe 32.753 Ausländerinnen und Ausländer im erwerbsfähigen Alter.³³ Somit liegt der Ausländeranteil der Bevölkerung zwischen 18 und 65 Jahren in Karlsruhe

³² Quelle: Amt für Stadtentwicklung (2010), Berechnungen ohne Landesaufnahmestelle für Flüchtlinge (LAsT)

³³ Quelle: Amt für Stadtentwicklung (2010) Berechnungen ohne Landesaufnahmestelle für Flüchtlinge (LAsT)

he bei 17,6%. Insgesamt stammen die in Karlsruhe wohnhaften Ausländerinnen und Ausländer aus 151 Nationen.

In Karlsruher Kulturinstitutionen sind bereits zahlreiche Ausländerinnen und Ausländer beschäftigt. Allein am Badischen Staatstheater arbeiten 132 Menschen aus 39 Ländern. Auch an der Hochschule für Musik sind 63 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ausländischer Herkunft beschäftigt; sie stammen aus insgesamt 28 Ländern.

Im Wintersemester 2010 / 2011 waren an den Karlsruher Hochschulen insgesamt 34.690 Studierende eingeschrieben. Mit 4.876 ausländischen Studierenden liegt deren Anteil bei 14,1% und somit über dem baden-württembergischen Durchschnitt von 12,4%.³⁴ Vor allem das KIT ist hierbei Anziehungspunkt für internationale Studierende: Über zwei Drittel (71,1%) aller ausländischen Studierenden in Karlsruhe sind dort eingeschrieben.

Die Stärken und Schwächen im Hinblick auf die Internationalisierung für Karlsruhe lassen sich wie folgt skizzieren:

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> - Standort internationaler Hochschulen, Institutionen, Netzwerke und Unternehmen - Internationale Bevölkerung - Grenznähe insbesondere zu Frankreich, aber auch zur Schweiz - Vorhandener politischer Wille zur Internationalisierung - Zentrale Lage in Europa - Internationale Kinderbetreuung und Schulen 	<ul style="list-style-type: none"> - Fehlen einer internationalen Marke und Bekanntheit - Defizite in der Internationalisierung der Außen- und Innenkommunikation („Willkommenskultur“) - Fehlende Strategie, Vernetzung und Datengrundlage zur Internationalisierung - Defizite in der Hotel- und Veranstaltungsinfrastruktur

Abbildung 3: Stärken und Schwächen Karlsruhes

Stärken

Standort international tätiger Institutionen, Hochschulen, Netzwerke und Unternehmen

Das Karlsruher Institut für Technologie (KIT) verfügt über vielfältige internationale Kontakte, fungiert als Anziehungspunkt international agierender Unternehmen (in den Bereichen Forschungskooperationen und Ansiedlungen), stellt dem Arbeitsmarkt ein beträchtliches Potenzial an in- und ausländischen Hochschulabgängern mit MINT-Ausrichtung³⁵ zur Verfügung und ist selbst attraktiver Arbeitgeber für wissenschaftliche Spitzenkräfte aus der gesamten Welt.

Mit dem Institut für Transurane (ITU) ist eine europäische Großforschungseinrichtung in der Region Karlsruhe zu Hause. Das Zentrum für Kunst und Medientechnologie (ZKM) ist international vernetzt und erreicht einen hohen internationalen Bekanntheitsgrad. Hinzu kommt das Bundesverfassungsgericht, das zahlreiche Kontakte zu Verfassungsorganen anderer Staaten pflegt.

³⁴ Quellen: Amt für Stadtentwicklung, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

³⁵ MINT steht für die Fächer Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik

Viele Karlsruher Unternehmen sind weltweit tätig oder haben einen internationalen Hintergrund (z. B. Michelin, L'Oréal). Unternehmen des Dienstleistungssektors wie auch des produzierenden Gewerbes (z. B. ptv, aluplast, INIT) erschließen durch ihre Außenhandelsstrategien neue Märkte. Darüber hinaus betreiben sie internationale Personalakquisition.

Die KMK veranstaltet internationale Messen und Kongresse sowie Events und unterhält ein internationales Repräsentantennetzwerk. Darüber hinaus ist Karlsruhe Heimat international agierender Netzwerke (z.B. Cyberforum, 3D-Allianz).

Internationale Bevölkerung

Im bundesweiten Vergleich ist der Ausländeranteil der Karlsruherinnen und Karlsruher hoch. Diese „Basis“ an Ausländerinnen und Ausländern begünstigt die Bildung internationaler Netzwerke und erleichtert zuziehenden ausländischen Fachkräften die Entscheidung für Karlsruhe.

Grenznähe insbesondere zu Frankreich, aber auch zur Schweiz

Durch die Nähe zu Frankreich haben Karlsruher Unternehmen Zugang zum französischen Arbeitsmarkt. So setzen sich die Stammebelegschaften großer, aber auch mittelständischer Unternehmen zu einem nennenswerten Teil aus Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus dem Elsass zusammen.

Darüber hinaus besteht eine räumlich Nähe zu den europäischen Institutionen (Europäisches Parlament, Europarat, Europäischer Gerichtshof) in Strasbourg. Auch die École Nationale d'Administration (ENA) hat ihren Sitz in Strasbourg. Die engen Verbindungen zu Frankreich manifestieren sich auch in der Städtepartnerschaft Karlsruhe-Nancy und dem Sitz eines Centre Culturel Français in Karlsruhe. Durch den TGV Est ist Karlsruhe bereits merklich an Paris und Ostfrankreich herangerückt, durch den TGV Rhin-Rhône eröffnen sich weitere Möglichkeiten zur Vertiefung der Verbindungen mit Südostfrankreich. Aufgrund der guten Straßen-, Schienen- und Wasserstraßenverbindungen am Oberrhein profitiert Karlsruhe darüber hinaus auch von der räumlichen Nähe zu Basel und zur Nordwestschweiz.

Vorhandener politischer Wille zur Internationalisierung

Der politische Wille zur Internationalisierung manifestiert sich sowohl in den Städtepartnerschaften als auch in der Millenniumserklärung. Weitere Aspekte sind das Engagement Karlsruhes im PAMINA-Raum und im Städtenetz Oberrhein sowie die Bildung der Trinationalen Metropolregion Oberrhein (TMO). Auch der 2007 erfolgte Beitritt zur UNESCO-Städtekoalition „European cities against racism (ECCAR)“ sowie die Mitgliedschaft im europäischen Städtenetzwerk EUROCITIES seit Oktober 2011 dokumentieren den Willen zur internationalen Zusammenarbeit.

Zentrale Lage in Europa

Karlsruhe ist über die verschiedenen Verkehrsträger sehr gut an das europäische Verkehrsnetz angebunden. Mit dem Flughafen Frankfurt ist der drittgrößte europäische Flughafen mit dem Zug in 60 Minuten im Stundentakt erreichbar. Dieses Angebot wird durch den Flughafen Karlsruhe / Baden-Baden ergänzt, allerdings bisher ohne eine entsprechend attraktive Straßen- und Schienenanbindung.

Weitere günstige infrastrukturelle Voraussetzungen für einen international agierenden Standort sind die Rheinhäfen Karlsruhe sowie die Lage Karlsruhes im Schnittpunkt wichtiger überregionaler Schienen- und Straßenanbindungen.

Internationale Kinderbetreuung und Schulen

Karlsruhe bietet ein breites Angebot an bilingualen Betreuungsmöglichkeiten (meist deutsch-französischen) für Kleinkinder.

Als Deutsch-Französisches Gymnasium setzt das Fichte-Gymnasium dieses Angebot auf schulischer Ebene fort. Die Europäische Schule Karlsruhe ist als mehrsprachige Schule als Standortfaktor für internationale Unternehmen und Institutionen und deren zumeist hoch qualifizierten Fachkräften von herausragender Bedeutung für Karlsruhe und die Region.

Schwächen

Fehlen einer internationale Marke und Bekanntheit

Karlsruhe verfügt international über eine geringe Bekanntheit. In einzelnen Bereichen haben das KIT und das ZKM zwar internationale Ausstrahlung, werden jedoch nicht auf die Marke Karlsruhe insgesamt übertragen. Die nationalen Imageträger (vor allem die Bundesgerichte) sind international wenig bekannt und werden insbesondere nicht mit Karlsruhe verbunden.

Defizite in der Internationalisierung der Außen- und Innenkommunikation („Willkommenskultur“)

Eine der wichtigsten Säulen der internationalen Kommunikation stellt ein attraktiver Web-Auftritt dar. Karlsruhe bietet internationalen Besuchern als einzige der fünf großen Städte in Baden-Württemberg bisher keine englischsprachigen Informationen. Auch Französisch wird - trotz der Grenznahe - nicht angeboten. Damit werden die Erfolgsaussichten von Maßnahmen, wie die Stärkung der internationalen Verflechtungen oder die Fachkräftegewinnung, deutlich gemindert^{36, 37}.

Zahlreiche Printprodukte, die im internationalen Rahmen eingesetzt werden könnten, liegen derzeit nur in Deutsch vor.

Darüber hinaus verfügen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die als „erstes Gesicht der Stadtverwaltung“ den internationalen Neubürgern gegenüber treten, oftmals nicht über ausreichenden Fremdsprachenkenntnisse sowie entsprechende interkulturelle Kompetenzen.

Fehlende Strategie, Vernetzung und Datengrundlage zur Internationalisierung

Bisher existiert für den Standort Karlsruhe keine explizit ausformulierte, ganzheitliche Internationalisierungsstrategie des Standorts. Eine Bündelung der zahlreichen Einzelmaßnahmen ist nur in Einzelfällen gegeben. Die internationalen Verbindungen einzelner Akteure sind nicht bekannt und werden bisher kaum transparent gemacht. Dementsprechend werden keine übergeordneten Ziele verfolgt. Zahlreiche internationale Aktivitäten sind nicht abgestimmt und Redundanzen treten auf.

³⁶ Zwischenzeitlich bieten private Dienstleister eigene Seiten an (www.expats-karlsruhe.com), um diesen durch international agierende Unternehmen und Institutionen immer wieder benannten Mangel wenigstens in Teilen zu beheben.

³⁷ Auch im regionalen Kontext ruft das Fehlen einer internationalen Seite Fragen auf, da Karlsruhe als Oberzentrum und wirtschaftlicher Magnet für die TechnologieRegion Karlsruhe insgesamt Verantwortung trägt.

Defizite in der Hotel- und Veranstaltungsinfrastruktur

Es fehlen Hotelkapazitäten und teilweise internationale Hotelstandards im Business-Bereich. Ebenso mangelt es an modernen Austragungsorten für internationale Sport- und Musikevents.

Zwischenfazit

Karlsruhe hat in den letzten Jahren bereits „implizit“ Internationalisierung betrieben. Allerdings erfolgten die Maßnahmen oftmals isoliert und nicht als Teil einer ganzheitlichen Strategie. Die Stärken-Schwächen-Analyse zeigt, dass Karlsruhe durchaus viel versprechende internationale Potenziale vorzuweisen hat. Dennoch zeigen sich insbesondere in den Bereichen der internationalen Kommunikation und der Markenbildung sowie bei der Organisation der Internationalisierungsmaßnahmen erhebliche Schwachstellen.

3. Vision und Ziele für ein internationales Karlsruhe

3.1 Vision

„Karlsruhe ist eine internationale Stadt.“

3.2 Zielkatalog

Diese Vision wird durch 7 Ziele konkretisiert (s. Abbildung 4):

Karlsruhe akquiriert internationale Investitionen

Karlsruhe engagiert sich für die Ansiedlung internationaler Unternehmen und akquiriert aktiv öffentliche Geld- und Fördermittel sowie privates Kapital aus dem Ausland. Einen Schwerpunkt bilden dabei die wissens- und forschungsintensiven Branchen, die das Kompetenzprofil von Karlsruhe stärken beziehungsweise sinnvoll ergänzen.

Karlsruhe vernetzt sich mit internationalen Institutionen

Karlsruhe steht in einem regelmäßigen Austausch mit internationalen Institutionen, nutzt deren Förderprogramme zum eigenen Vorteil und agiert in herausgehobener Funktion in einer internationalen Organisation. Es ist gelungen, eine weitere Dependence einer Internationalen Organisation nach Karlsruhe zu holen und schärft damit auch sein internationales Profil.

Karlsruhe engagiert sich in der Entwicklungszusammenarbeit

Karlsruhe ist aktiver und geschätzter Partner der Entwicklungszusammenarbeit in einer globalisierten Welt und nimmt seine internationale Verantwortung als Kommune einer bedeutenden Industrienation aktiv wahr. Hierzu formuliert Karlsruhe klare Selbstverpflichtungen und handelt nach ihnen.

Karlsruhe agiert aktiv mit Blick auf die zu erwartende Internationalisierung der Bevölkerung

Die Stadt Karlsruhe begleitet und fördert die zu erwartende Internationalisierung der Bevölkerung und damit auch der Arbeitskräfte vor Ort aktiv und leistet somit einen wesentlichen Beitrag zur Zukunftsfähigkeit Karlsruhes.

Karlsruhe engagiert sich in internationalen Projektpartnerschaften

Karlsruhe engagiert sich gezielt in Projektpartnerschaften mit ausländischen Partnern, die für alle Beteiligten nutzbringend sind.

Karlsruhepositioniert sich als internationale Marke

Karlsruhe wird bei Entscheidern und Multiplikatoren im In- und Ausland als internationale Stadt, globale Marke sowie Wirtschafts-, Wissenschafts- und Kulturstandort mit hoher Lebensqualität wahrgenommen.

Karlsruhe führt Veranstaltungen mit internationaler Ausstrahlung durch

Karlsruhe akquiriert und konzipiert wissenschaftliche, wirtschaftliche, kulturelle, religiöse und sportliche Veranstaltungen, die internationales Publikum nach Karlsruhe bringen beziehungsweise international ausstrahlen.

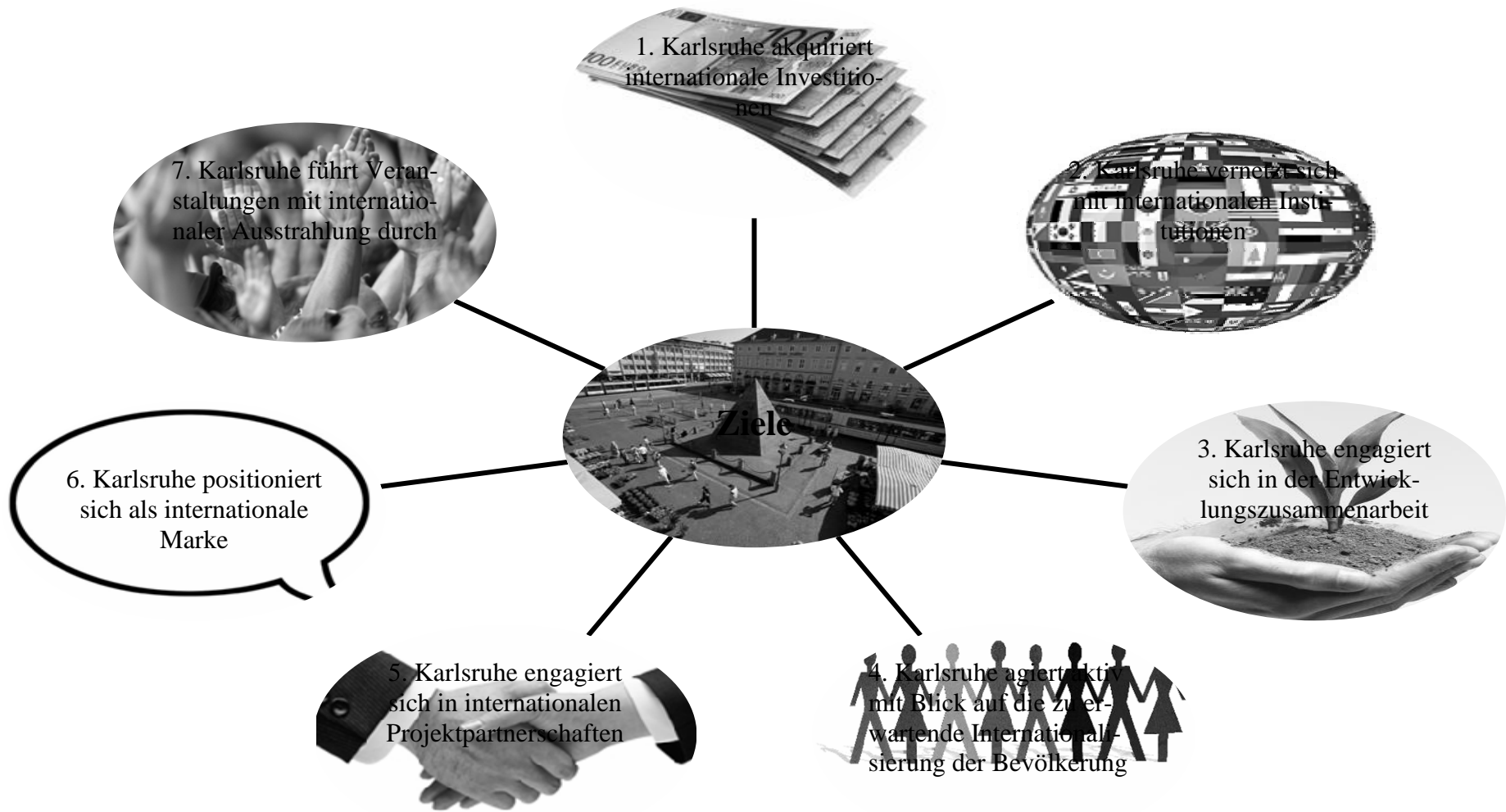


Abbildung 4: Ziele der Karlsruher Internationalisierungsstrategie

4. Maßnahmen

Um die Vision und die Ziele der Internationalisierungsstrategie zu erreichen, haben die Projektbeteiligten erste mögliche Maßnahmen ausgearbeitet. Dabei wurde vor allem der Anspruch verfolgt, die inhaltliche Breite des jeweiligen Themenfelds abzubilden.

Dies bedingt jedoch, dass einige Maßnahmenvorschläge noch nicht bis zur Entscheidungs- und Umsetzungsreife vorbereitet sind. Eine Entscheidung darüber, ob diese Vorschläge umgesetzt oder verworfen werden sollen, kann erst nach einer konzeptionellen Vertiefung sowie der Prüfung der Machbarkeit getroffen werden. Die Umsetzung der Maßnahmen auf Basis der konzeptionellen Vertiefung führt unter Umständen zu einem Bedarf an zusätzlichen finanziellen und / oder personellen Ressourcen bei den beteiligten Dienststellen. Diese werden dann gesondert in den jeweiligen Konzeptionen ausgewiesen.

Darüber hinaus wird mit den vorgestellten Maßnahmenvorschlägen nicht der Anspruch erhoben, dass deren alleinige Umsetzung bereits ausreichend ist, um die gesteckten Internationalisierungsziele Karlsruhes vollständig zu erreichen. Einige der Ziele benötigen eine ergänzende Maßnahmenausarbeitung.

Der weitere Prozess der Umsetzung der Internationalisierungsstrategie sollte daher so offen angelegt sein, dass auch weiterhin neue Maßnahmenvorschläge unterbreitet werden können, welche zumindest einem der gesteckten Ziele dienen. Darüber hinaus sollen notwendige und sinnvolle Ergänzungen möglich sein, etwa wenn sich durch übergeordnete Strategien, wie dem „Integrierten Stadtentwicklungskonzept 2020“, neue Prioritäten ergeben sollten.

Unabhängig davon ist es gelungen, grundlegende Maßnahmen als erste Schritte einer Internationalisierung zu identifizieren, die durch mehrere Unterarbeitsgruppen vorgeschlagen wurden. Sie bilden daher eine unabdingbare und vordringliche Grundlage für die Umsetzung der Internationalisierungsstrategie. Diese Vorschläge schaffen zudem eindeutige Verantwortlichkeiten und sollten kurzfristig realisiert werden, um den Internationalisierungsprozess der Stadt sichtbar voranzutreiben. Hieraus erwächst auch die Chance, potenziellen Partnern attraktive Angebote zur Zusammenarbeit präsentieren zu können.

Um die Zusammenhänge zwischen Zielen und Maßnahmen so transparent wie möglich zu machen, wurden die Maßnahmen den Zielen (siehe 3.2) zugeordnet. Hierdurch ergab sich die Klassifizierung in 8 Gruppen (Grundlagen - d.h. vordringlich zu realisierende Maßnahmen - sowie weitere mindestens einem der 7 Ziele zuordenbare Maßnahmen; s. Abbildung 6).

Darüber hinaus konnten innerhalb der Gruppen Maßnahmenpakete geformt werden. Diese beinhalten Maßnahmen, die in der Regel aufeinander aufbauen und von großer wechselseitiger Abhängigkeit geprägt sind.

Karlsruhe wird schon allein aufgrund seiner Größe und Einwohnerzahl im globalen Kontext kaum wahrgenommen. Daher ist für eine erfolgreiche Internationalisierung der Stadt bei allen Zielen und Maßnahmen zu prüfen, welche Partner eingebunden werden können, um den Wirkungsgrad zu steigern. Das Spektrum reicht dabei von der Zusammenarbeit mit Institutionen wie dem Karlsruher Institut für Technologie (KIT), über bestehende regionale Kooperationsverbünde wie die TechnologieRegion Karlsruhe, Städtepartnerschaften bis hin zum Städtenetz Oberrhein beziehungsweise zur Trinationalen Metropolregion Oberrhein.

Um die Einordnung und Vergleichbarkeit der vorgestellten Maßnahmen zu erleichtern, wurden alle Maßnahmen mit Informationen zur Umsetzung hinterlegt (s. Abbildung 5).

Kosten	Absolute Kosten der Maßnahme soweit möglich
Realisierungszeitraum	Kurzfristig: bis 1 Jahr Mittelfristig: bis 3 Jahre Langfristig: über 3 Jahre
Abhängigkeit von anderen Maßnahmen	Darstellung der Beziehungen zu anderen innerhalb der Strategie erarbeiteten Maßnahmen
externe Zusammenarbeit erforderlich	Nein: die Maßnahme kann von der Stadtverwaltung Karlsruhe alleine umgesetzt werden Ja: zur Umsetzung der Maßnahme ist die Einbindung externer Partner (Gesellschaften oder Sonstige) notwendig
Priorität	Voraussetzung / vordringlich zu realisieren: Maßnahme hat oberste Priorität, dient allen Internationalisierungszielen und ist grundlegend für eine erfolgreiche Internationalisierung hoch: Maßnahme hat eine hohe Priorität mittel: Maßnahme hat eine mittlere Priorität niedrig: Maßnahme hat eine niedrige Priorität

Abbildung 5: Informationen zur Umsetzung der Maßnahmen

Die Priorisierung der Maßnahmen erfolgte durch die Projektgruppe. Die Kriterien, welche der Priorisierung zu Grunde liegen, sind:

- Realisierungszeitraum der Maßnahme
- Anzahl der Ziele, zu deren Erreichung die Maßnahme einen Beitrag leistet
- Verflechtungsgrad der Maßnahme mit anderen Maßnahmen
- Dringlichkeit des Handlungsbedarfs.

Nr.	Maßnahme	1 Investitio- nen	2 Organisatio- nen	3 Ent- wicklungs-	4 Bevölkerung	5 Projekt- partnerschaf-	6 Marke	7 Veranstal- tungen/Events	Priorität
	Grundlagen	Voraussetzung/ vordringlich zu realisieren							
4.1.1	Gründung der „AG Internationalisierung“								
4.1.2	Schaffung einer zentralen Zuständigkeit								
4.1.3	Vertiefende Bestandsaufnahme der internationalen Vernetzung der Stadt und ihrer Gesellschaften								
4.1.4	Konzept zur internationalen Markenstrategie								
4.1.5	Kommunikation (Web / Print / Soziale Medien)								
4.1.6	Sprachliche und interkulturelle Kompetenzausbildung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Stadtverwaltung und den städtischen Gesellschaften								
4.2.1	Maßnahmenpaket Kompetenzfeld-/Markt- und Branchenanalyse								Hoch
4.2.1.1	Kompetenzfeld- / Markt- und Branchenanalyse	X							
4.2.1.2	Definition ausländischer Zielmärkte und dementsprechende Ausrichtung	X							
4.2.1.3	Vertriebswege in internationale Märkte	X							
4.2.1.4	Indien-Kompetenzzentrum	X							Mittel
4.2.2	Stadt als Partnerin/Initiatorin einer regionalen Fachkräfteallianz	X							Mittel
4.3.1	Systematische Analyse absehbarer Standortentscheidungen von Institutionen		X						Mittel
4.3.2	Bewerbung um Ansiedlung einer internationalen Institution beziehungsweise Dependence in Karlsruhe		X						Mittel
4.3.3	Befristete Abordnung / Freistellung städtischer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in beziehungsweise für internationale Institutionen		X				X		Mittel
4.3.4	Gezielte Beteiligung an internationalen Kooperationen des Landes Baden-Württemberg	X		X		X	X	X	Hoch
4.4.1	Maßnahmenpaket Karlsruher Entwicklungszusammenarbeit								Hoch
4.4.1.1	Konzeption der Karlsruher Entwicklungszusammenarbeit			X					
4.4.1.2	Gezielte Auswahl und Realisierung von Projekten der Entwicklungszusammenarbeit			X					
4.5.1	Maßnahmenpaket Analyse „Willkommenskultur“								Hoch
4.5.1.1	Analyse „Willkommenskultur“	X			X		X		
4.5.1.2	Bereitstellung spezifischer Informationen für Fachkräfte				X				
4.5.1.3	Bereitstellung spezifischer Informationen für Unternehmen				X				
4.5.1.4	Einrichtung eines „Welcome Center“	X			X		X		
4.5.2	Milieuuntersuchung				X		X		Hoch
4.5.3	Bleibeservice für internationale Studierende	X			X				Mittel
4.6.1	Definition von Auswahlkriterien für Projekt- und Städtepartnerschaften			X		X			Hoch
4.6.2	Realisierung internationaler Einzelprojekte und Projektpartnerschaften	X		X		X			Hoch
4.6.3	Ausbildungspakt	X				X			Niedrig
4.7.1	Koordinierter Austausch mit den Karlsruher Wissenschafts- und Forschungseinrichtungen	X					X		Mittel
4.7.2	Botschafterkonzept	X					X		Hoch
4.8.1	Veranstaltungsakquisition								Mittel
4.8.1.1	Bewerbung um internationale Großereignisse							X	
4.8.1.2	Vor-Ort-Einladungen für internationale Evententscheider							X	
4.8.1.3	Analyse/Netzwerkpflege der internationalen Eventszene							X	

Abbildung 6: Maßnahmen und deren Ziele

4.1 Grundlegende Maßnahmen

4.1.1 Gründung der „AG Internationalisierung“

Ziele der Maßnahme

Steuerung, Weiterentwicklung des Umsetzungsprozesses und Fortschreibung der Internationalisierungsstrategie

Beschreibung der Maßnahme

Die Projektgruppe "Internationalisierungsstrategie" wird in modifizierter Form als „AG Internationalisierung“ fortgeführt.

Zentrale Aufgaben:

- Vernetzung der international aktiven Akteure
- Abstimmung zur Umsetzung beschlossener Maßnahmen
- Einbringung neuer Maßnahmenvorschläge
- Unterstützung des Evaluierungsprozesses

Die Koordination der „AG Internationalisierung“ wird durch die zentrale Zuständigkeit (siehe Maßnahme 4.1.2) vorgenommen.

Akteure

EURegKA, weitere Fachämter und Gesellschaften

Informationen zur Umsetzung

Kosten	Realisierungszeitraum	Abhängigkeit von anderen Maßnahmen	externe Zusammenarbeit erforderlich	Priorität
Interner Arbeitsaufwand	Kurzfristig	4.1.2, 4.1.3	Nein	Voraussetzung / vordringlich zu realisieren

4.1.2 Schaffung einer zentralen Zuständigkeit

Ziele der Maßnahme

Zielgerichtete Ausrichtung der internationalen Aktivitäten der Karlsruher Stadtverwaltung, Bündelung der Maßnahmen, Effektivität erhöhen, Vernetzung fördern

Beschreibung der Maßnahme

Für Projekte und Maßnahmen der Stadt Karlsruhe mit internationalem Charakter wird eine zentrale Zuständigkeit, d.h. eine zentral zuständige Stelle, eingerichtet. Diese koordiniert die unterschiedlichen internationalen Aktivitäten, wodurch Redundanzen vermieden und gleichzeitig Synergien genutzt werden können. Sie richtet bestehende und zukünftige Maßnahmen entsprechend der Ziele der Internationalisierungsstrategie aus. Weitere Aufgabe ist die Sammlung und Analyse von Best Practice Beispielen. Hierfür ist die Schaffung von zwei zusätzlichen Planstellen bei der EURegKA erforderlich (siehe Kapitel 5).

Akteure

Dezernat 1, EURegKA, Personal- und Organisationsamt

Informationen zur Umsetzung

Kosten	Realisierungszeitraum	Abhängigkeit von anderen Maßnahmen	externe Zusammenarbeit erforderlich	Priorität
ca. 144.000 € (jährliche Kosten für Personal)	Kurzfristig	4.1.1	Nein	Voraussetzung / vordringlich zu realisieren

4.1.3 Vertiefende Bestandsaufnahme der internationalen Vernetzung der Stadt und ihrer Gesellschaften

Ziele der Maßnahme

Sammeln und Austausch von Informationen, Wissensgrundlagen schaffen, Vernetzung anstoßen

Beschreibung der Maßnahme

Ohne die umfassende Kenntnis der internationalen Aktivitäten der fachlichen Ebene kann keine kohärente Internationalisierungsstrategie realisiert werden. Daher gilt es zu erfassen, wer welche Kontakte pflegt, welche Ziele mit den jeweiligen Aktivitäten verfolgt werden und wo Vernetzungen entstehen können.

Akteure

EURegKA, Fachämter

Informationen zur Umsetzung

Kosten	Realisierungszeitraum	Abhängigkeit von anderen Maßnahmen	externe Zusammenarbeit erforderlich	Priorität
Interner Arbeitsaufwand der neuen Stellen	Kurzfristig	Informationen als Grundlagen für zahlreiche zukünftige Maßnahmen, 4.1.2	Nein	Voraussetzung / vordringlich zu realisieren

4.1.4 Konzept zur internationalen Markenstrategie

Ziele der Maßnahme

Internationale Profilierung

Beschreibung der Maßnahme

Entwicklung einer internationalen Markenstrategie. Diese Strategie soll auf der nationalen Markenstrategie aufbauen, die aktuell für das Stadtjubiläum 2015 entwickelt wird. Hierzu ist ein gesondertes Modul unter der Perspektive der internationalen Vermarktungsfähigkeit zu erstellen.

Akteure

Stadtmarketing, Presse- und Informationsamt, weitere Fachämter und Gesellschaften

Informationen zur Umsetzung

Kosten	Realisierungszeitraum	Abhängigkeit von anderen Maßnahmen	externe Zusammenarbeit erforderlich	Priorität
15.000 €(Zusätzlich zu den Kosten für nationale Markenstrategie)	Kurzfristig	Keine	Ja: externer Auftragnehmer	Voraussetzung / vordringlich zu realisieren

4.1.5 Kommunikation (Web / Print / Soziale Medien)

Ziele der Maßnahme

Bessere, internationalen Standards entsprechende Außenkommunikation, zielgruppenadäquate Darstellung Karlsruhes, Steigerung des (internationalen) Bekanntheitsgrads, Imagebildung, Schaffung einer Kommunikationsgrundlage

Beschreibung der Maßnahme

Karlsruhe betreibt aktive Außendarstellung. Diese umfasst die Bereitstellung zentraler Inhalte der Homepage in Englisch und eventuell anderen Sprachen sowie Werbung und Außenkommunikation in allen gängigen Medien. Die sozialen Medien sind stärker zu gewichten.

Akteure

Presse- und Informationsamt, Medienbüro, Stadtmarketing, Hauptamt, Fachämter

Informationen zur Umsetzung

Kosten	Realisierungszeitraum	Abhängigkeit von anderen Maßnahmen	externe Zusammenarbeit erforderlich	Priorität
30.000 € (Übersetzung Web-Auftritt)	Kurzfristig	4.1.4	Ja: Auftragnehmer/Dienstleister	Voraussetzung / vordringlich zu realisieren

4.1.6 Sprachliche und interkulturelle Kompetenzausbildung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Stadtverwaltung und den städtischen Gesellschaften

Ziele der Maßnahme

Bessere Außenkommunikation, Internationalisierung der Außenkommunikation, professionelles Auftreten der Stadtverwaltung auf internationaler Ebene, Etablierung einer „Willkommenskultur“

Beschreibung der Maßnahme

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in relevanten Dienststellen der Stadtverwaltung werden in Sprachen sowie interkultureller Handlungskompetenz geschult. Dies ermöglicht eine effektivere internationale Kommunikation und unterstreicht das Bild der internationalen Stadt. Bei Neueinstellungen und in der individuellen Personalentwicklung (Personalstamm) ist diesen Kompetenzen mehr Gewicht einzuräumen. Hierbei sind zentrale beziehungsweise gemeinsame Veranstaltungen der Stadtverwaltung und der Gesellschaften denkbar.

Darüber hinaus ist bei der Personalentwicklung in Erwägung zu ziehen, ob der Beschäftigungsanteil von Migrantinnen und Migranten in der Stadtverwaltung sukzessive erhöht wird.

Akteure

Personal- und Organisationsamt, betroffene Fachämter und Gesellschaften

Informationen zur Umsetzung

Kosten	Realisierungszeitraum	Abhängigkeit von anderen Maßnahmen	externe Zusammenarbeit erforderlich	Priorität
Je nach Ausgestaltung	Langfristig	Nein	Ja; Bildungsinstitutionen	Voraussetzung / vordringlich zu realisieren

4.2 Maßnahmen zur Generierung von Investitionen

4.2.1 Maßnahmenpaket Kompetenzfeld-/ Markt- und Branchenanalyse

4.2.1.1 Kompetenzfeld-/ Markt- und Branchenanalyse

Ziele der Maßnahme

Definition der Stärken und Schwächen Karlsruhes, Schaffung detaillierter Informationen über Märkte und Branchen

Beschreibung der Maßnahme

In einem ersten Schritt erfolgt eine Kompetenzfeldanalyse. Ziel der Analyse ist es, die Branchenstärken des Wirtschaftsstandorts Karlsruhe detailliert - unter anderem auch vor dem Hintergrund von Wertschöpfungsketten - zu erheben. Auch weitere Parameter wie z.B. Wirtschaftskraft / Produktivität, Erwerbstätigkeit, Einkommen, Unternehmensentwicklung und -besatz, Branchenentwicklung und -besatz, Forschungs- und Hochschullandschaft fließen in die Analyse mit ein.

Als Ergebnis entsteht eine feingliedrige Systematisierung der Kompetenzfelder Karlsruhes. Diese erlaubt es, den Standort gezielt zur Akquisition neuer nationaler und internationaler Unternehmen und Investoren zu vermarkten. Insbesondere die Identifikation von Wertschöpfungsketten und Branchenschwerpunkten liefert einerseits Argumente, das Interesse für Karlsruhe bei expansionswilligen Unternehmen zu wecken und andererseits die Marketing- und Ansiedlungsbemühungen auf Zukunftsbranchen mit Wachstums- und Wertschöpfungspotenzial zu fokussieren. Daneben kann die Ansprache potenzieller (internationaler) Interessenten mit Angebotspaketen sehr viel gezielter vorgenommen werden.

Betitelte Arbeitsschritte sollten sein:

1. Analyse der Wirtschafts- und Branchenstruktur
2. Analyse branchenübergreifender Kompetenzen (Wertschöpfungsketten)
3. Identifikation lokaler und regionaler Spezialisierungsmuster
4. Auswahl der (internationalen) Ansiedlungszielgruppen (siehe 4.2.1.2)

Akteure

Wirtschaftsförderung, TechnologieRegion Karlsruhe, weitere Fachämter und Gesellschaften

Informationen zur Umsetzung

Kosten	Realisierungszeitraum	Abhängigkeit von anderen Maßnahmen	externe Zusammenarbeit erforderlich	Priorität
20.000 €	Kurzfristig	Essentielle Grundlage für 4.2.1.2 bis 4.2.1.4	Ja; externe Expertise	Hoch

4.2.1.2 Definition internationaler Zielmärkte und dementsprechende Ausrichtung

Ziele der Maßnahme

Festlegung von Zielmärkten, Effektiverer Mitteleinsatz

Beschreibung der Maßnahme

Basierend auf der Kompetenzfeldanalyse (4.2.1.1) werden internationale Zielmärkte ausgewählt, auf welche die Aktivitäten der Investorenakquisition konzentriert werden sollten. Hierfür ist eine Analyse der Markt- und Investitionstrends der Zielsektoren beziehungsweise -branchen notwendig, um Zielländer mit dem größten Pool an möglichen Investoren zu identifizieren. Für jeden der Zielsektoren (Ziel führend 1 bis 2) und -märkte (Ziel führend je Sektor 1 bis 2) sollte eine eigene Vermarktungsstrategie entwickelt und für einen definierten Zeitraum umgesetzt werden. Diese Strategie wird es Karlsruhe ermöglichen, den Standort zielgruppenorientiert zu vermarkten und die Wahrnehmung Karlsruhes als attraktiven Investitionsstandort zu erhöhen.

Diese Marktstrategie kann folgende Elemente enthalten:

- Wichtige Kontakte und Multiplikatoren (z.B. Industrieverbände)
- Teilnahme an und Ausrichtung von wichtigen Konferenzen und Veranstaltungen innerhalb der Zielsektoren beziehungsweise -branchen
- Einflussreiche Branchenpublikationen und Informationsquellen
- Mögliche Vermarktungsinstrumente und -initiativen: Artikel, (eigene) Veranstaltungen, Präsentationen, Sponsoring, Kooperationen, etc.

Die Marktstrategie spiegelt das Verständnis der Anforderungen von Unternehmen in diesen Zielsektoren und -märkten sowie die identifizierten wichtigen Faktoren für Investitionsentscheidungen wider. Die Auswahl der spezifischen Initiativen sollte auf die verfügbaren Ressourcen zugeschnitten sein, um eine kosteneffektive Investorenansprache zu ermöglichen. Die Inanspruchnahme eines externen Dienstleisters erscheint dabei sinnvoll.

Identifizierte Unternehmen mit hohem Investitionspotenzial sind direkt anzusprechen. Die Unternehmen würden auf Basis spezifischer und, im Hinblick auf die Investitionswahrscheinlichkeit, ausschlaggebender Charakteristika, ausgewählt werden. Beispiele hierfür sind Wachstumsaussichten, Expansionen der jüngsten Vergangenheit, Budgeterhöhungen für internationale Aktivitäten sowie spezifische Gründe, eine Präsenz in Deutschland zu errichten (zum Beispiel neue Kunden oder Verträge).

Akteure

Wirtschaftsförderung

Informationen zur Umsetzung

Kosten	Realisierungszeitraum	Abhängigkeit von anderen Maßnahmen	externe Zusammenarbeit erforderlich	Priorität
abhängig von den Ergebnissen aus 4.2.1.1	Mittelfristig	Aufbauend auf Maßnahmen 4.2.1.1, Grundlage für 4.1.2.3 bis 4.1.2.5	Ja: eventuell externe Expertise	Hoch

4.2.1.3 Vertriebswege in internationale Märkte

Ziele der Maßnahme

Gewinnung von Investoren und Unternehmen, Steigerung der Bekanntheit Karlsruhes, Ansiedlung von Unternehmen, Schaffung von Arbeitsplätzen

Beschreibung der Maßnahme

Aktive Erschließung internationaler Märkte durch:

- Messeteilnahmen/Fachveranstaltungen/ Fachseminare (eventuell in Kooperation mit Karlsruher Unternehmen)
- Investorenlounge/Roadshow: Präsentation des Standortes mit Blick auf Investoren im Rahmen von ausgewählten internationalen Messen und Kongressen
- Partizipation bei internationalen Aktivitäten des KIT und anderer Hochschulen

Akteure

Wirtschaftsförderung, Hochschulen, KMK, weitere Fachämter und Gesellschaften

Informationen zur Umsetzung

Kosten	Realisierungszeitraum	Abhängigkeit von anderen Maßnahmen	externe Zusammenarbeit erforderlich	Priorität
60.000 €(1 Personalstelle) 30.000 €Budget 20.000 €Sachkosten	Mittelfristig	Aufbauend auf 4.2.1.1 und 4.2.1.2	Ja, KIT, weitere Hochschulen, Veranstaltungen, Messen, externe Beratung	Hoch

4.2.1.4 Indien-Kompetenzzentrum

Ziele der Maßnahme

Erhöhung des Bekanntheitsgrades des Wirtschaftsstandorts Karlsruhe in Indien (India-Hub Karlsruhe)

Beschreibung der Maßnahme

Indien ist neben China einer der größten Zukunftsmärkte weltweit. Nach Angaben des Auswärtigen Amtes ist Deutschland Indiens wichtigster Handelspartner innerhalb der EU. Angesichts der erheblichen Wachstumschancen wird eine Steigerung des Handelsvolumens auf 20 Mrd. Euro Ende 2012 angestrebt. Gleichzeitig wachsen auch die indischen Direktinvestitionen in Deutschland.

Auch Karlsruhe baut vor diesem Hintergrund sein Engagement in Indien sukzessive aus. Erstmals wurden 2006 auf Einladung des indischen Honorarkonsuls für Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz wirtschaftliche, touristische und wissenschaftliche Kontakte durch KMK / Tourismus, Wirtschaftsförderung und KIT auf der Veranstaltung „Stuttgart meets Mumbai“ geknüpft und bis heute fortgeführt. Ein Repräsentant vertritt in Mumbai zudem die Interessen von KMK und Wirtschaftsförderung seit 2007.

Als Folge des Engagements wurde in Karlsruhe das Indo-German-Network Karlsruhe (2007) initiiert, um den Unternehmen in Karlsruhe und Indien eine Plattform zum Informationsaustausch zu geben. Darüber hinaus wurden Veranstaltungen wie das „Indo-German ICT Business Meeting 2009“ oder auch das 50-jährige Jubiläum der Deutsch-Indischen Gesellschaft Karlsruhe im Jahr 2010 unterstützt. Im April 2011 hat sich zudem eine Unternehmergruppe zu einem „German-Indo-Round-Table (GIRT)“ zusammengeschlossen.

Um die verschiedenen Initiativen zu bündeln und dem deutsch-indischen Wirtschaftsaustausch ein Gesicht zu geben, ist die Einrichtung eines Indien-Kompetenzzentrums sinnvoll. Die unterschiedlichen Akteure mit Kontakten nach Indien in Karlsruhe könnten unter diesem Dach zusammengebracht werden, um ihre Kompetenzen zu bündeln und gemeinsam Expertise für den Wirtschaftsraum Indien bereitzustellen. Daneben wäre das Kompetenzzentrum die Anlaufstelle für indische Unternehmen und Investoren und könnte durch entsprechendes Marketing die Bekanntheit Karlsruhes bei indischen Unternehmen steigern.

Akteure

Wirtschaftsförderung, KMK, weitere Fachämter und Gesellschaften

Informationen zur Umsetzung

Kosten	Realisierungszeitraum	Abhängigkeit von anderen Maßnahmen	externe Zusammenarbeit erforderlich	Priorität
Budget 10.000 € Personal- und Sachkosten: Stelle unter 4.2.1.3	Mittelfristig	Aufbauend auf 4.2.1.1 - 4.2.1.3	Ja: German Indian Round Table, Indecon e.V., KIT, weitere Partner	Mittel

4.2.2 Stadt als Partnerin einer regionalen Fachkräfteallianz

Ziele der Maßnahme

Schaffen von Kontakten, Profitieren von Fachbereichen der Institutionen, Regionale Vernetzung

Beschreibung der Maßnahme

Karlsruhe ist ein leistungsstarker Wirtschaftsstandort. Eine wichtige Voraussetzung für den langfristigen wirtschaftlichen Erfolg sind Fachkräfte. Derzeit gibt es bereits einen Fachkräftengpass in bestimmten Berufen. Vor allem die demografische Entwicklung erfordert die nachhaltige Sicherung des Fachkräfteangebots in Stadt und Region Karlsruhe. Nach der Prognose des Statistischen Landesamtes geht die Zahl der Personen im erwerbsfähigen Alter in Baden-Württemberg zwischen 2010 und 2020 um rund 250.000 zurück, zwischen 2020 und 2030 um weitere 620.000.

Vor diesem Hintergrund wäre die Initiierung einer Allianz für Fachkräfte in der Technologie-Region Karlsruhe sinnvoll. In einer Vereinbarung schließen sich die verantwortlichen Akteure in der TechnologieRegion Karlsruhe zu einer Allianz zur Sicherung des Fachkräfteangebots in der mittelständischen Wirtschaft zusammen. Im Unterschied zu Großunternehmen verfügt der Mittelstand über ungleich geringere Kapazitäten zur Rekrutierung von Fachkräften.

Allianzpartner in der TechnologieRegion Karlsruhe sind die Kommunen, die Landkreise, Wirtschaftsorganisationen, die Gewerkschaften, die Agentur für Arbeit, lokale und regionale Wirtschaftsfördergesellschaften, Unternehmensnetzwerke, die Kontaktstelle Frau & Beruf und Hochschulen. Die Allianzpartner verfolgen gemeinsame Ziele, setzen weiterhin eigene Projekte um, führen jedoch einen Dialog über gemeinschaftlich umsetzbare zusätzliche Maßnahmen. Ein regionales Aktionsprogramm bündelt das gemeinsame Vorgehen.

Die Koordinierung der Fachkräfteallianz sollte von einer regionalen Instanz (zum Beispiel der TechnologieRegion Karlsruhe) erfolgen. Die Arbeit der regionalen Fachkräfteallianz muss auch internationale Aspekte - wie z.B. eine Initiative zur Anwerbung ausländischer Fachkräfte - umfassen, da durch die Demographieentwicklung eine regionale Deckung des Fachkräftebedarfs nicht erreicht werden kann.

Akteure

Wirtschaftsförderung, TechnologieRegion Karlsruhe

Informationen zur Umsetzung

Kosten	Realisierungszeitraum	Abhängigkeit von anderen Maßnahmen	externe Zusammenarbeit erforderlich	Priorität
1 Personalstelle Sachmittel und Projektbudget	Mittelfristig	Nicht vorhanden	Ja: IHK, Bundesagentur für Arbeit, Partner und Institutionen	Mittel

4.3 Maßnahmen zur Vernetzung mit Institutionen

4.3.1 Systematische Analyse absehbarer Standortentscheidungen internationaler Institutionen

Ziele der Maßnahme

Zielgerichtete Vorbereitung einer offiziellen Bewerbung zur Ansiedlung einer internationalen Institution beziehungsweise deren Dependance in Karlsruhe

Beschreibung der Maßnahme

- Herausarbeitung des spezifischen Standort-Stärkenprofils Karlsruhes im Hinblick auf internationale Institutionen (Erreichbarkeit Flughafen Frankfurt, Europäische Schule Karlsruhe, Nähe zu Strasbourg, bereits vorhandene Einrichtung ITU, etc.),
- Ableitung möglicher thematischer Schwerpunkte (Bsp. Energie, Verfassungsrecht / Menschenrechte) für Standortwerbung bei internationalen Institutionen,
- Definition jener internationalen Institutionen, für die der Standort Karlsruhe (für eine Dependance) interessant sein könnte (Bsp. UN, EU, Organisationen und Agenturen der Entwicklungszusammenarbeit, etc.),
- Analyse der Entscheidungsverfahren der ausgewählten internationalen Institutionen (Wie laufen die Verfahren grundsätzlich ab: Entscheidungskriterien? Wer entscheidet wann / worüber?),
- frühzeitiges Einholen von Informationen über konkret anstehende Standortentscheidungsverfahren,
- Entscheidung über die Aufnahme fachlicher und politischer Lobbyarbeit zur Vorbereitung einer offiziellen Bewerbung (4.3.2.).

Akteure

EURegKA, Wirtschaftsförderung

Informationen zur Umsetzung

Kosten	Realisierungszeitraum	Abhängigkeit von anderen Maßnahmen	externe Zusammenarbeit erforderlich	Priorität
Interner Arbeitsaufwand	Mittelfristig	4.3.2, 4.3.3	Ja: Netzwerk Eine Welt, Institutionen	Mittel

4.3.2 Bewerbung um Ansiedlung einer internationalen Institution beziehungsweise Dependence in Karlsruhe

Ziele der Maßnahme

Ansiedlung einer internationalen Institution beziehungsweise deren Dependence in Karlsruhe

Beschreibung der Maßnahme

Erstellung eines Konzepts zur Vorbereitung und Abgabe einer offiziellen Bewerbung mit begleitender fachlicher und politischer Lobbyarbeit:

- Detaillierte Analyse des anstehenden Entscheidungsverfahrens (Formale Voraussetzungen, Entscheider),
- Erstellung eines auf die bei der internationalen Institution anstehende Standortentscheidung zugeschnittenen Standortprofils für Karlsruhe (Visitenkarte "Stärken"),
- Analyse bestehender Schwächen und Möglichkeiten, diese abzuschwächen beziehungsweise zu eliminieren,
- Ausloten der formellen und informellen Möglichkeiten, während des Entscheidungsverfahrens für den Standort Karlsruhe zu werben,
- Abgabe der offiziellen Bewerbung.

Akteure

EURegKA, Fachämter

Informationen zur Umsetzung

Kosten	Realisierungszeitraum	Abhängigkeit von anderen Maßnahmen	externe Zusammenarbeit erforderlich	Priorität
Mittel (abhängig von konkreten Bewerbungsanforderungen)	Kurzfristig	aufbauend auf 4.3.1, 4.3.3, 4.7.1 und 4.7.2	Ja: mit Botschaftern und Entscheidern (Internationale Institution und Entscheidungsgremien)	Mittel

4.3.3 Befristete Abordnung / Freistellung städtischer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in beziehungsweise für internationale Institutionen

Ziele der Maßnahme

Etablierung von Kontakten auf Arbeitsebene, Wissenstransfer, Förderung interkultureller Fähigkeiten/Sprachkenntnisse

Beschreibung der Maßnahme

Abordnung oder Freistellung von städtischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, um den Kontakt zu internationalen Institutionen zu intensivieren, die Stadt in internationalen Institutionen bekannter zu machen sowie die Beschäftigten in fremdsprachlichen sowie interkulturellen Kenntnissen zu schulen. Darüber hinaus sollen sie Einsicht in die Funktionsweise von internationalen Institutionen gewinnen.

Akteure

Personal- und Organisationsamt, EURegKA, Fachämter, Hauptamt

Informationen zur Umsetzung

Kosten	Realisierungszeitraum	Abhängigkeit von anderen Maßnahmen	externe Zusammenarbeit erforderlich	Priorität
Reisekosten, gegebenenfalls Personalkosten	Langfristig	Nicht vorhanden	Ja: Netzwerk Eine Welt, Institutionen	Mittel

4.3.4 Gezielte Beteiligung an internationalen Kooperationen des Landes Baden-Württemberg

Ziele der Maßnahme

Systematische Nutzung der Kontakte des Landes Baden-Württemberg, Erhöhung der internationalen Sichtbarkeit Karlsruhes

Beschreibung der Maßnahme

- Vermittlung der Karlsruher Internationalisierungsstrategie gegenüber dem Land,
- Beteiligung an Delegationsreisen, Mitwirkung an Kooperationsverbänden des Landes (z.B. „Vier Motoren für Europa“, „Donaustrategie“),
- Kooperation mit „Stiftung Entwicklungs-Zusammenarbeit Baden-Württemberg (SEZ)“,
- Karlsruhe als Sitzungsort „Gemischter Regierungskommissionen“.

Akteure

EURegKA, Hauptamt, Wirtschaftsförderung, fallbezogen weitere Fachämter / Gesellschaften

Informationen zur Umsetzung

Kosten	Realisierungszeitraum	Abhängigkeit von anderen Maßnahmen	externe Zusammenarbeit erforderlich	Priorität
Interner Arbeitsaufwand	Mittelfristig	Aufbauend auf 4.2.1.2, 4.2.1.3, 4.1.2.4, 4.4.1, 4.7.2	Ja: mit dem Land Baden-Württemberg	Hoch

4.4 Maßnahmen zur Entwicklungszusammenarbeit

4.4.1 Karlsruher Entwicklungszusammenarbeit

4.4.1.1 Konzeption der Karlsruher Entwicklungszusammenarbeit

Ziele der Maßnahme

Handlungsgrundlage zur Erfüllung der Selbstverpflichtung aus der Milleniumserklärung

Beschreibung der Maßnahme

- Festlegung der thematischen Schwerpunkte der Karlsruher Entwicklungszusammenarbeit (z.B. Stadtentwicklung/Daseinsvorsorge, Bürger- und Menschenrechte, entwicklungspolitische und nachhaltige Bildungsarbeit, fairer Handel, Dezentralisierung/Lokale Demokratie, vgl. Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ), Klimaschutz),
- Identifizierung geographischer Schwerpunkte / geeigneter Partner,
- Überblick über Finanzierungsmöglichkeiten (Förderprogramme (internationaler) Organisationen, Spenden, etc.,
- Erarbeitung von Vorschlägen zur Organisation.

Akteure

EURegKA, Hauptamt, Karlsruher Energie- und Klimaschutzagentur, Stadtwerke, Kulturamt, weitere Fachämter und Gesellschaften

Informationen zur Umsetzung

Kosten	Realisierungszeitraum	Abhängigkeit von anderen Maßnahmen	externe Zusammenarbeit erforderlich	Priorität
20.000 €	Mittelfristig	4.2, 4.6	Ja: Projektpartner, kofinanzierende Institutionen, Netzwerk Eine Welt, Partner in KA	Hoch

4.4.1.2 Gezielte Auswahl und Realisierung von Projekten der Entwicklungszusammenarbeit

Ziele der Maßnahme

Erfüllung der Selbstverpflichtung aus der Millenniumserklärung durch konkrete Projekte

Beschreibung der Maßnahme

Identifizierung, Auswahl, Vorbereitung und Umsetzung von Projekten die

- den thematischen Schwerpunkten der Karlsruher Entwicklungszusammenarbeit entsprechen,
- geeignete Projektpartner im Aus- und Inland aufweisen können,
- finanziert werden können (Förderprogramme (internationaler) Organisationen, Spenden, etc.).

Akteure

EURegKA, Hauptamt, KEK, Stadtwerke, Kulturamt, weitere Fachämter und Gesellschaften

Informationen zur Umsetzung

Kosten	Realisierungszeitraum	Abhängigkeit von anderen Maßnahmen	externe Zusammenarbeit erforderlich	Priorität
Projekt- und kofinanzierungsabhängig	Mittelfristig	4.4.1.1	Ja: Netzwerk Eine Welt, Projektpartner, Kofinanzierende Institutionen	Hoch

4.5 Maßnahmen zur Bevölkerungsentwicklung

4.5.1 Maßnahmenpaket Analyse „Willkommenskultur“

4.5.1.1 Analyse „Willkommenskultur“

Ziele der Maßnahme

Sammeln von Informationen, Grundlagen setzen für andere Maßnahmen

Beschreibung der Maßnahme

Qualitative Untersuchung der Karlsruher "Willkommenskultur":

1. Wie haben internationale Neubürger die Ankunft in Karlsruhe erlebt?
2. Wie schnell und gut konnten sie sich orientieren (Meldeformalitäten, Wohnungssuche, räumliche Orientierung, Integrationsangebote etc.)?
3. Was hätte von Seiten der Stadt besser gemacht werden können? / Welche Dienstleistungen wären wünschenswert?
4. Wie gut sind Arbeitgeber mit den städtischen Angeboten vertraut?

Akteure

Amt für Stadtentwicklung, Stadtmarketing, Wirtschaftsförderung

Informationen zur Umsetzung

Kosten	Realisierungszeitraum	Abhängigkeit von anderen Maßnahmen	externe Zusammenarbeit erforderlich	Priorität
15.000 €	Bereits in der Umsetzung	Essentielle Grundlage für Maßnahmen 4.5.1.2 bis 4.5.1.4	Ja: Auftragnehmer/ Dienstleister, externer Partner für die Durchführung von Interviews mit internationalen Neubürgern	Hoch

4.5.1.2 Bereitstellung spezifischer Informationen für Fachkräfte

Ziele der Maßnahme

Aufklärung über bestehenden Service, attraktive Willkommenskultur

Beschreibung der Maßnahme

Basierend auf der Analyse der Willkommenskultur wird ein auf internationale Fachkräfte zugeschnittenes Informationspaket erstellt. Dies soll bisherige Defizite beseitigen und über den bereits bestehenden Service aufklären. Die speziellen Informationen können sowohl in Printform als auch als Webangebot bereitgestellt werden.

Akteure

Presse- und Informationsamt, Medienbüro, Stadtmarketing, Wirtschaftsförderung, Fachämter

Informationen zur Umsetzung

Kosten	Realisierungszeitraum	Abhängigkeit von anderen Maßnahmen	externe Zusammenarbeit erforderlich	Priorität
Gering	Mittelfristig	Aufbauend auf 4.5.1.1 und 4.1.5	Ja: Übersetzung, Druck, Einholen von Dienstleistung	Hoch

4.5.1.3 Bereitstellung spezifischer Informationen für Unternehmen

Ziele der Maßnahme

Aufklärung über bestehenden städtischen Service, Unterstützung einer Willkommenskultur

Beschreibung der Maßnahme

Ein Informationspaket für Unternehmen wird erstellt. Das Informationspaket soll Personalverantwortliche über die Angebote der Stadt Karlsruhe für internationale Neubürger informieren. Inhalte und Ausgestaltung des Informationspakets basieren unter anderem auf den Erkenntnissen aus der Analyse der „Willkommenskultur“ (Maßnahme 4.5.1.1).

Akteure

Wirtschaftsförderung, Amt für Stadtentwicklung, weitere Fachämter

Informationen zur Umsetzung

Kosten	Realisierungszeitraum	Abhängigkeit von anderen Maßnahmen	externe Zusammenarbeit erforderlich	Priorität
Gering	Mittelfristig	Aufbauend auf 4.5.1.1 und 4.1.5	Ja	Hoch

4.5.1.4 Einrichtung eines „Welcome Center“

Ziele der Maßnahme

Begleitung von ausländischen Fachkräften und Unternehmen bei der Ansiedlung in Karlsruhe

Beschreibung der Maßnahme

Das „Welcome Center“ hat zwei Aufgaben zu erfüllen.

Zum einen handelt es sich um einen speziellen Behördenservice für ausländische Fachkräfte und Studierende. Der Service kann zunächst Hilfe bei Meldeformalitäten und anfänglichen Orientierungs-Problemen umfassen. Hierzu muss das Center mit interkulturell und sprachlich kompetenten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern besetzt sein. In einem weiteren Schritt könnte das Center sich auch als Anlaufstelle für Karlsruher Unternehmen etablieren, die ausländische Fachkräfte beschäftigen.

Zum anderen versteht sich das „Welcome Center“ als eine Serviceagentur für internationale Unternehmen. Sie begleitet diese vom ersten Kontakt bis zur Vermittlung kompetenter Dienstleistungspartner für die Gründung einer Firma. Die umfassende Beratung reicht von der Hilfe bei der Suche nach geeigneten Immobilien beziehungsweise Büro- und Gewerbeflächen bis hin zur Kontakthanbahnung in die wirtschaftlichen Netzwerke. Bei der Serviceagentur für Unternehmen handelt es sich nicht um eine Akquisitionseinrichtung sondern um einen Dienstleister, der dann aktiv wird, wenn Unternehmensanfragen vorliegen.

Akteure

Stadtmarketing, Wirtschaftsförderung, Ordnungs- und Bürgeramt, Büro für Integration, TechnologieRegion Karlsruhe

Informationen zur Umsetzung

Kosten	Realisierungszeitraum	Abhängigkeit von anderen Maßnahmen	externe Zusammenarbeit erforderlich	Priorität
Konzeption intern, je nach Ausgestaltung; Personalkosten	Mittelfristig	Aufbauend auf 4.5.1.1 und 4.5.1.2, 4.1.6	Nein	Hoch

4.5.2 Milieuuntersuchung

Ziele der Maßnahme

Sammeln von Informationen, Schaffung von Grundlagen für zukünftige Maßnahmen

Beschreibung der Maßnahme

Repräsentative Untersuchung der Migrantenmilieus und -netzwerke in Karlsruhe zur Beförderung des Verständnisses in den Bereichen internationale Netzwerke, Milieubildung, räumliche Konzentration und Fachkräfteansiedlung.

Themen:

- Migration und Integration
- Lebenswelten
- Sozialstatistische Erhebung (Beruf, Schulabschluss, Einkommen, Haushaltsgrößen / -zusammensetzungen)
- Optional kann in diesem Zusammenhang auch eine Untersuchung des Gründungsgeschehens und der Arbeitswelten von Migrantinnen und Migranten erfolgen.

Akteure

Amt für Stadtentwicklung, Büro für Integration

Informationen zur Umsetzung

Kosten	Realisierungszeitraum	Abhängigkeit von anderen Maßnahmen	externe Zusammenarbeit erforderlich	Priorität
70.000 €	Kurzfristig	Grundlage für zukünftige Maßnahmen	Ja: Dienstleister, externes Markt- und Sozialforschungsinstitut	Hoch

4.5.3 Bleibeservice für internationale Studierende

Ziele der Maßnahme

Halten von Fachkräften / ausländischen Studierenden in der Region, Unterstützung der regionalen Wirtschaft

Beschreibung der Maßnahme

Der Bleibeservice bietet internationalen Studierenden, die nach ihrem Abschluss in Karlsruhe bleiben wollen, Hilfe bei der Jobsuche und stellt Informationen über gesetzliche Auflagen sowie Rahmenbedingungen bereit. Dies geschieht in enger Zusammenarbeit mit den Hochschulen in Karlsruhe und der Ausländerbehörde.

Akteure

Ordnungs- und Bürgeramt, Stadtmarketing (Wissenschaftsbüro), Kultur und Kreativwirtschaftsbüro, betroffene Fachämter, TechnologieRegion Karlsruhe

Informationen zur Umsetzung

Kosten	Realisierungszeitraum	Abhängigkeit von anderen Maßnahmen	externe Zusammenarbeit erforderlich	Priorität
Je nach Ausgestaltung	Langfristig	Keine	Ja: KIT, Hochschulen etc.	Mittel

4.6 Maßnahmen zu Projektpartnerschaften

4.6.1 Definition von Auswahlkriterien für Projekt- und Städtepartnerschaften

Ziele der Maßnahme

Erarbeitung von Kriterien für die transparente und zielgerichtete Auswahl von geeigneten Städten und Regionen für zeitlich befristete Kooperationsprojekte und dauerhafte Partnerschaften mit der Stadt Karlsruhe

Beschreibung der Maßnahme

Zur (Vor-)Entscheidung über die Wahl der Projektpartner können folgende Kriterien herangezogen werden:

1. Kriterien, die sich direkt aus der Internationalisierungsstrategie ableiten lassen. Hierzu zählen der erwartete Beitrag
 - zu den Zielen der Internationalisierungsstrategie (insbesondere Akquisition internationaler Investitionen, Vernetzung mit internationalen Institutionen, Engagement in der Entwicklungszusammenarbeit, Internationale Vermarktung).
 - zu laufenden und beabsichtigten Projekten der Internationalisierungsstrategie und sich hieraus ergebende Mehrwerte (z. B. Präsenz in Zielmärkten, Nutzung internationaler Kooperationen des Landes Baden-Württemberg, Botschafterkonzept, etc.).
 - zur Erfüllung der Selbstverpflichtung der Millenniumserklärung durch konkrete Projekte.
 - von in Karlsruhe lebenden internationalen Bevölkerungsgruppen (projektbezogenes zivilgesellschaftliches Engagement der Migrantenmilieus und -netzwerke).
2. Kriterien, die über die Internationalisierungsstrategie hinausgehen, wie z. B.
 - der erwartete Nutzen durch die Entwicklung gemeinsamer Handlungs- und Lösungsansätze zwischen der Stadt Karlsruhe und potenziellen (Projekt-)Partnern bei Vorliegen vergleichbarer fachlicher Problemlagen
 - die partnerschaftliche komplementäre Ergänzung spezifischer Standortstärken Karlsruhes mit jenen des / der Kooperationspartner (z. B. natürliche Standortvoraussetzungen / fachliches Know-how, Angebot / Nachfrage, etc.);
 - Beitrag zur Bewältigung aktueller ökonomischer, ökologischer und politischer Krisen- und Umbruchsituationen, in denen Karlsruhe seine besonderen Stärken, Potenziale und Wertvorstellungen einbringen kann.
 - die besondere Gewichtung bürgerlichen Engagements zur Stärkung der Bürgerbeteiligung.

Diese Kriterien können vertieft und ergänzt werden. Dabei sollte auch versucht werden, thematische und geographische Schwerpunkte zu präzisieren.

Akteure

EURegKA, Hauptamt, weitere Fachämter und Gesellschaften

Informationen zur Umsetzung

Kosten	Realisierungszeitraum	Abhängigkeit von anderen Maßnahmen	externe Zusammenarbeit erforderlich	Priorität
Interner Arbeitsaufwand	Kurzfristig	insbesondere 4.2.1.3, 4.3.4, 4.6.2	Nein	Hoch

4.6.2 Realisierung internationaler Einzelprojekte und Projektpartnerschaften

Ziele der Maßnahme

Zielgerichtete internationale Zusammenarbeit mit Städten in konkreten Einzelprojekten und Projektpartnerschaften

Beschreibung der Maßnahme

Neben Projekten im Rahmen der Entwicklungszusammenarbeit (siehe Maßnahme 4.4.1.2) ist Karlsruhe auch offen für internationale Zusammenarbeit in bi- oder multilateralen Projekten mit Kommunen aus Industrie- oder Schwellen- oder Entwicklungsländern. Die Zusammenarbeit kann in einzelnen Projekten, aber auch in formalen Projektpartnerschaften zum Ausdruck kommen.

Die Projekte und Projektpartnerschaften orientieren sich an den Zielen und weiteren Maßnahmen der Internationalisierungsstrategie (z. B. Internationale Investitionen, Vernetzung mit internationalen Institutionen, Engagement in der Entwicklungszusammenarbeit, internationale Vermarktung, Präsenz in Zielmärkten, Nutzung internationaler Kooperationen des Landes Baden-Württemberg).

Entscheidend ist dabei, dass die Projektpartnerschaften nachhaltig von der Bevölkerung getragen werden. Bereits bestehende Strukturen und Verbindungen können in diesem Zusammenhang ein wichtiger Indikator bei der konkreten Auswahl von Städten / Regionen sein und bereits bestehendes bürgerschaftliches Engagement zum Wohl der Partnerschaft genutzt werden.

Akteure

Hauptamt, EURegKA, Fachämter

Informationen zur Umsetzung

Kosten	Realisierungszeitraum	Abhängigkeit von anderen Maßnahmen	externe Zusammenarbeit erforderlich	Priorität
je nach Ausgangslage	Langfristig	Aufbauend auf 4.6.1	Ja: Internationale Partner	Hoch

4.6.3 Ausbildungspakt

Ziele der Maßnahme

Reaktion auf den Fachkräftemangel und den demografischem Wandel, Unterstützung der Unternehmen in Karlsruhe bei der Akquisition von Auszubildenden

Beschreibung der Maßnahme

In Bereichen, in denen langfristig Fachkräftemangel besteht beziehungsweise zu erwarten ist, wird ein „Ausbildungspakt“ mit Partnerstädten beziehungsweise Partnerregionen geschlossen. Hierbei sollen Schulabgängerinnen und Schulabgänger in Karlsruher Partnerstädten die Möglichkeit erhalten, ihre Berufsausbildung in Karlsruher Unternehmen zu absolvieren. Dabei soll eine Win-Win Situation für die Stadt Karlsruhe, Karlsruher Unternehmen und die Fachkräfte aus dem Ausland entstehen.

Akteure

Wirtschaftsförderung, Städtepartner, Hauptamt, TechnologieRegion Karlsruhe, weitere Fachämter und Gesellschaften

Informationen zur Umsetzung

Kosten	Realisierungszeitraum	Abhängigkeit von anderen Maßnahmen	externe Zusammenarbeit erforderlich	Priorität
Je nach Ausgestaltung	Langfristig	4.2.2	Ja: IHK, Partnerstädte, Unternehmen	Niedrig

4.7 Maßnahmen zur Positionierung als internationale Marke

4.7.1 Koordinierter Austausch mit den Karlsruher Wissenschafts- und Forschungseinrichtungen

Ziele der Maßnahme

Abstimmung von Projekten, Nutzung des internationalen Ansehens beziehungsweise der Verbindungen der Wissenschafts- und Forschungseinrichtungen in Karlsruhe

Beschreibung der Maßnahme

Die Karlsruher Wissenschafts- und Forschungseinrichtungen, insbesondere das KIT, sind über Kooperationen und Projekte international sehr gut vernetzt und nehmen jährlich an zahlreichen Veranstaltungen und Messen im Ausland teil.

Durch geeignete Werbemittel, die den Einrichtungen seitens der Stadt zur Verfügung gestellt werden sollen, kann der Standort Karlsruhe über die Wissenschafts- und Forschungseinrichtungen bei Aktionen im Ausland beworben werden.

Des Weiteren kann im Einzelfall die Möglichkeit bestehen, dass die Stadt - insbesondere die Wirtschaftsförderung - sich an ausgewählten Auslandsveranstaltungen der Wissenschafts- und Forschungseinrichtungen beteiligt, die eine zielgruppengerechte Ansprache bieten können. Die Wirtschaftsförderung steht deshalb mit der Abteilung „Internationales“ des KIT in regelmäßigem Kontakt. Um den Austausch mit und zwischen den Wissenschafts- und Forschungseinrichtungen zu forcieren, wird in einem halbjährlichen beziehungsweise jährlichen Turnus zum Thema „Internationalisierung“ bei der Wirtschaftsförderung eingeladen. Angeknüpft wird hierbei an den Internationalisierungsworkshop, der 2011 bei der Wirtschaftsförderung stattgefunden hat und bei den Karlsruher Wissenschafts- und Forschungseinrichtungen auf gute Resonanz gestoßen ist.

Akteure

Stadtmarketing (Wissenschaftsbüro), Wirtschaftsförderung, TechnologieRegion Karlsruhe Fachämter

Informationen zur Umsetzung

Kosten	Realisierungszeitraum	Abhängigkeit von anderen Maßnahmen	externe Zusammenarbeit erforderlich	Priorität
Gering	Langfristig	Keine	Ja: Wissenschafts- und Forschungseinrichtungen	Mittel

4.7.2 Botschafterkonzept

Ziele der Maßnahme

Erhöhung des Bekanntheitsgrades des Standorts

Beschreibung der Maßnahme

Das Botschafterkonzept soll noch im Jahr 2012 mit Partnern innerhalb der Stadtverwaltung und mit externen Partnern, wie dem KIT, ausgearbeitet werden.

Bekannte, in Karlsruhe tätige Persönlichkeiten aus den Bereichen Kultur, Wirtschaft und Wissenschaft sollen sich aktiv für die internationale Bewerbung Karlsruhes einsetzen. Das Limit wird sich je nach Konzept zwischen 100 und 250 Personen bewegen. Daneben sollte der Botschafterkreis mit renommierten Personen, die in Karlsruhe studiert oder gelebt haben, ergänzt werden.

Voraussetzung ist, dass die Botschafterinnen und Botschafter eine positive Einstellung zum Standort Karlsruhe haben.

Welche und wie viele Personen als Botschafter aktiviert werden, wie häufig ein Austausch zwischen den Botschaftern stattfindet und welche Aufgaben zu erfüllen sind, wird noch ausgearbeitet.

Akteure

Stadtmarketing, Hauptamt, Wirtschaftsförderung, Kulturamt, TechnologieRegion Karlsruhe, weitere Partner

Informationen zur Umsetzung

Kosten	Realisierungszeitraum	Abhängigkeit von anderen Maßnahmen	externe Zusammenarbeit erforderlich	Priorität
Je nach Ausgestaltung	Langfristig	Keine	Ja: Botschafter	Hoch

4.8 Maßnahmen zu Veranstaltungen

4.8.1 Veranstaltungsakquisition

4.8.1.1 Bewerbung und Eigenentwicklung internationaler Großereignisse

Ziele der Maßnahme

Großereignisse in den Bereichen Sport und Kultur, aber auch Wissenschaftsfestivals oder gesellschaftliche Großveranstaltungen im politischen oder religiösen Bereich sorgen für eine deutliche Erhöhung des Bekanntheitsgrades des Standortes, sie können Stärken und Themen des Standortes emotional abbilden und ein Wir-Gefühl schaffen. Sie sorgen so für Innen- und Außenmarketing.

Beschreibung der Maßnahme

Karlsruhe akquiriert und entwickelt gezielt internationale Großereignisse.

Akteure

Karlsruher Sportstätten-Betriebs-GmbH, KMK, Kulturamt

Informationen zur Umsetzung

Kosten	Realisierungszeitraum	Abhängigkeit von anderen Maßnahmen	externe Zusammenarbeit erforderlich	Priorität
Je nach Ausgestaltung	Langfristig	Keine	Ja: Veranstalter	Mittel

4.8.1.2 Vor-Ort-Einladungen für internationale Evententscheider

Ziele der Maßnahme

Bekanntmachen der Eventmöglichkeiten des Standortes, Akquirieren von Veranstaltungen

Beschreibung der Maßnahme

Entscheider und Verantwortliche in der Veranstaltungsbranche werden nach Karlsruhe eingeladen.

Akteure

KMK

Informationen zur Umsetzung

Kosten	Realisierungszeitraum	Abhängigkeit von anderen Maßnahmen	externe Zusammenarbeit erforderlich	Priorität
Je nach Ausgestaltung	Langfristig	Keine	Ja: DAS FEST GmbH, Veranstaltungsentscheider	Mittel

4.8.1.3 Analyse/Netzwerkpflege der internationalen Eventszene

Ziele der Maßnahme

Finden von internationalen Events, die zu Karlsruhe passen; Eventmuster für Karlsruhe ableiten und platzieren

Beschreibung der Maßnahme

Karlsruher „Trendscouts“ sind unterwegs, um neue Formate für Karlsruhe zu finden oder für Karlsruhe zu adaptieren.

Akteure

KMK, Stadtmarketing, Kulturamt

Informationen zur Umsetzung

Kosten	Realisierungszeitraum	Abhängigkeit von anderen Maßnahmen	externe Zusammenarbeit erforderlich	Priorität
Je nach Ausgestaltung	Langfristig	Keine	Ja: DAS FEST GmbH, weitere	Mittel

5. Organisationsmodell: Koordination der Internationalisierung

5.1 Organisatorische Verortung der Aufgabe Internationalisierung

Die unmittelbar der Verwaltungsführung zugeordnete Stabsstelle EURegKA ist bisher für die Außenbeziehungen der Stadt in den Aufgabenfeldern

- *Europäische Beziehungen* zur EU in Brüssel und den sonstigen, mit europäischen Angelegenheiten befassten Stellen und Partnern bei Bund und Land,
- *Strategische Partnerschaften* mit deutschen und europäischen Städten und Regionen über Projekte wie der Initiative „Magistrale für Europa“,
- *Beziehung zu Bund und Ländern*
- *Grenzüberschreitende Beziehungen* zum Eurodistrict REGIO PAMINA, zum Städtenetz Oberrhein und zur „Trinationalen Metropolregion Oberrhein“,
- *Regionale Beziehungen* zu Städten, Gemeinden und den Partnern aus Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur in der TechnologieRegion Karlsruhe

als koordinierende Einheit verantwortlich. EURegKA nimmt dabei eine Schnittstellen- und Transmissionsfunktion zwischen den Außenbeziehungen und den Fachämtern und Dienststellen innerhalb der Verwaltung wahr.

Es ist deshalb folgerichtig, die Umsetzung der Internationalisierungsstrategie der Stadt Karlsruhe sowie deren Koordination als Querschnittsaufgabe organisatorisch als Daueraufgabe der Stabsstelle EURegKA zuzuordnen und damit als herausragende strategische Aufgabe bei der Verwaltungsführung zu verorten (s. Abbildung 7).

Zum genannten Zweck soll deshalb bei der Stabsstelle EURegKA zunächst eine Planstelle des höheren Dienstes im Umfang von 1,0 Vollkraftstelle (Arbeitsplatzkosten 84.300 €/Jahr) und einer Planstelle des mittleren Dienstes im Umfang von 1,0 Vollkraftstelle (Arbeitsplatzkosten 59.300 €/Jahr) dauerhaft eingerichtet werden.

Darüber hinaus wird die konzeptionelle Vertiefung und anschließende Umsetzung einiger Maßnahmen unter Umständen zu einem Bedarf an zusätzlichen finanziellen und/oder personellen Ressourcen (Projektstellen) bei den beteiligten Dienststellen führen. Diese werden dann gesondert in den jeweiligen Konzeptionen ausgewiesen.

Aufgabenbereiche der Stabsstelle EURegKA			
TechnologieRegion Karlsruhe	Grenzüberschreitende Zusammenarbeit (PAMINA, Oberrhein)	Europaangelegenheiten (inkl. Initiative „Ma- gistrale für Europa“)	Internationa- lisierung (NEU)

Abbildung 7: Derzeitige und künftige Aufgabenbereiche der Stabsstelle EURegKA

5.2 Aufgaben im Zusammenhang mit der Internationalisierungsstrategie

Wesentliche Aufgaben im Zuge der Umsetzung der Internationalisierungsstrategie sind:

- Sicherstellung der Einbindung der Internationalisierungsstrategie in die weiteren strategischen Ziele der Stadt Karlsruhe
- Koordination der operativen Umsetzung der genannten Maßnahmen auf Fachebene in der Stadtverwaltung und in Zusammenarbeit mit den Gesellschaften im Konzern Stadt und den weiteren Partner und Institutionen aus Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur
- Koordination und Moderation von themenbezogenen Arbeits- und Projektgruppen
- Evaluierung der Einzelmaßnahmen und Auswertung hinsichtlich der Zielerreichung
- Unterstützung und Beratung der Dienststellen und Akteure im Konzern beziehungsweise Dritter außerhalb der Stadtverwaltung bei der Umsetzung von Einzelmaßnahmen.
- Erarbeitung von ergänzenden und weiterführenden Konzepten zur Umsetzung der Internationalisierungsstrategie
- Planung, Konzeption, Durchführung und Umsetzung von ergänzenden Einzelmaßnahmen im Rahmen der Internationalisierungsstrategie
- Vertretung der Stadt Karlsruhe in fachspezifischen interkommunalen und internationalen Gremien
- Aufbau und Pflege eines Berichtswesens

6. Ausblick

Für die zweite Jahreshälfte 2012 und das Jahr 2013 sollen folgende kurzfristig realisierbare Maßnahmen der Internationalisierungsstrategie bearbeitet werden. Für deren Durchführung ist voraussichtlich folgender Personal- und Sachmitteleinsatz erforderlich:

Maßnahme Nr.	Thema	Federführung	Ressourceneinsatz
4.1.1	Gründung der „AG Internationalisierung“	EURegKA	Interner Arbeitsaufwand
4.1.2	Schaffung einer zentralen Zuständigkeit	EURegKA	ca. 144.000 € in Personalkosten EURegKA enthalten
4.1.3	Vertiefende Bestandsaufnahme der internationalen Aktivitäten der Stadtverwaltung	EURegKA	in Personalkosten EURegKA enthalten (siehe 4.1.2)
4.1.4	Konzept zur internationalen Markenstrategie	Stadtmarketing	15.000 €
4.1.5	Kommunikation (Web / Print / Soziale Medien)	Presse- und Informationsamt	30.000 €
4.1.6	Sprachliche und interkulturelle Kompetenzausbildung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Stadtverwaltung und den städtischen Gesellschaften	Personal- und Organisationsamt	abhängig von der konkreten Ausgestaltung
4.2.1	Kompetenzfeld- / Markt- und Branchenanalyse	Wirtschaftsförderung	15.000 €
4.4.1	Konzeption der Karlsruher Entwicklungszusammenarbeit	EURegKA	20.000 €
4.5.1	Analyse der Willkommenskultur	Wirtschaftsförderung	Projekt befindet sich bereits in der Umsetzung
4.5.1.4	Einrichtung eines „Welcome Center“	Wirtschaftsförderung	abhängig von der konkreten Ausgestaltung
4.5.2	Durchführung einer Milieuentersuchung	Amt für Stadtentwicklung	70.000 €

Auf der Basis der Aufgabenerweiterung der EUREgKA durch den Gemeinderat werden im Laufe des Jahres die neuen Stellen zur Umsetzung der Internationalisierungsstrategie ausgeschrieben (siehe Maßnahme 4.1.2).

Sofern darüber hinaus in einzelnen Internationalisierungsprojekten Personalbedarf erforderlich wird, werden dieser von den fachlich zuständigen Dienststellen und Gesellschaften gesondert benannt und über die jeweiligen Projekte abgebildet (Projektstellen).

Über die geplanten Maßnahmen zur Umsetzung der Internationalisierungsstrategie für die Jahre 2014 und 2015 wird der Gemeinderat in der zweiten Jahreshälfte 2013 informiert.

Ressourceneinsatz für die Durchführung der Maßnahmen

Die erforderlichen Sachmittel für diese Maßnahmen werden im Rahmen des Doppelhaushalts 2013/2014 von der jeweils federführenden Dienststelle beantragt und nachrichtlich zentral bei der EUREgKA abgebildet.

Laufende Kosten entstehen in einer Höhe von 144.000 Euro pro Jahr. Einmalig wird im Doppelhaushalt 2013/2014 für die oben genannten Leistungen ein Betrag von 160.000 Euro notwendig. Damit ergibt sich für den Zeitraum 2013/2014 eine Belastung des Haushaltes von 448.000 €

6. Evaluierung

Die Karlsruher Internationalisierungsstrategie ist auf sieben Ziele ausgerichtet, die sukzessive durch eine Vielzahl von Maßnahmen erreicht werden sollen. Aufgrund ihres Querschnittscharakters werden zahlreiche Beteiligte innerhalb und außerhalb der Stadtverwaltung an der Umsetzung der Strategie mitwirken.

Vor diesem Hintergrund ist es umso wichtiger, die gesteckten Ziele fest im Blick zu behalten und in regelmäßigen Abständen zu überprüfen, inwieweit die durchgeführten Maßnahmen dazu beigetragen, diese Ziele zu erreichen beziehungsweise sich ihnen anzunähern. Im Rahmen dieser Evaluierung sollen daher - wo thematisch möglich und mit vertretbarem Erhebungsaufwand ermittelbar - auch geeignete Messgrößen angewandt werden. Abbildung 8 gibt für jedes formulierte Internationalisierungs-Ziel einen Überblick über denkbare Messgrößen.

Abbildung 8: Zielkatalog - Messgrößen

Ziel	Messgrößen
Karlsruhe generiert internationale Investitionen in der Stadt Karlsruhe	<ul style="list-style-type: none"> - angesiedelte Unternehmen in wissens- und forschungsintensiven Bereichen - Volumen akquirierter Fördermittel in Euro
Karlsruhe vernetzt sich mit internationalen Institutionen	<ul style="list-style-type: none"> - etablierte Kontakte zu internationalen Institutionen - Anzahl von herausgehobenen Positionen von Karlsruher Politikern beziehungsweise Mitarbeitern im Konzern Stadt Karlsruhe in internationalen Institutionen - angesiedelte Institutionen/Organisationseinheiten (Größe/Bedeutung/Mitarbeiter)
Karlsruhe engagiert sich in der Entwicklungszusammenarbeit	<ul style="list-style-type: none"> - Anzahl der durchgeführten Projekte - Ressourceneinsatz pro Projekt
Karlsruhe agiert aktiv mit Blick auf die zu erwartende Internationalisierung der Bevölkerung	<ul style="list-style-type: none"> - Qualifikationsniveau der ausländischen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten
Karlsruhe engagiert sich in internationalen Projektpartnerschaften	<ul style="list-style-type: none"> - Anzahl eingegangener Projektpartnerschaften
Karlsruhe vermarktet sich als internationale Stadt	<ul style="list-style-type: none"> - Imagestudie (Zielgruppe Entscheider und Multiplikatoren)
Karlsruhe führt Veranstaltungen und Messen mit internationaler Ausstrahlung durch	<ul style="list-style-type: none"> - Anteil internationaler Besucher von Messen/Veranstaltungen

In einem weiteren Schritt ermöglicht die Abschätzung der mit Hilfe der Internationalisierungsstrategie erreichten Fortschritte eine Gegenüberstellung mit den im Implementierungsprozess entstandenen Kosten. Diese Gegenüberstellung kann damit auch als Bewertungsgrundlage zur Einschätzung des Kosten-Nutzen-Verhältnisses der Karlsruher Internationalisierungsstrategie dienen.

Anhang

Literaturverzeichnis

ACC10, *Catalan business mission to India* [website] (2010)

<http://www.acc10.cat/offices/johannesburg/en/news/news_detail.jsp?id=tcm:213-87702&int=true&untit=Catalan+business+mission+to+India>, abgerufen am 24. November 2011

BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT, *Ärzte und Ingenieure aus Drittstaaten in Deutschland* [website] (2011)

<http://www.arbeitsagentur.de/nn_27044/zentraler-Content/Pressemeldungen/2011/Presse-11-033.html>, abgerufen am 8. November 2011

CITY OF DÜSSELDORF, *Local Action Plan* [webdokument] (2011)

<http://www.duesseldorf.de/wirtschaftsfoerderung/pdf/local_action_plan.pdf>, abgerufen am 24. November 2011

CLARK, G., *OPENCities: Internationalisierung* (Madrid, 2011)

DEUTSCHE BUNDESBANK, *Bestandserhebung über Direktinvestition* (Frankfurt am Main, 2011)

DEUTSCHE BUNDESBANK, *Direktinvestitionen lt. Zahlungsbilanzstatistik* (Frankfurt am Main, 2011)

FLORIDA, RICHARD, *The Rise of the Creative Class: The New Global Competition for Talent* (HarperBusiness, 2005)

FLORIDA, RICHARD, in *Monopol* (1/2012)

INSTITUT FÜR ARBEITSMARKT- UND BERUFSFORSCHUNG, *Zuwanderungsbedarf und politische Optionen für die Reform des Zuwanderungsrecht* [website]

<http://doku.iab.de/grauepap/2011/Fachkr%C3%A4ftebedarf_Migration_Br%C3%BCcker.pdf>, abgerufen 24. November 2011

LANDESHAUPTSTADT DÜSSELDORF, *International Business Services - Japan* [website]

<<http://www.duesseldorf.de/wirtschaftsfoerderung/business/index.shtml>>, abgerufen am 24. November 2011

MEDIACOMPANY BERLIN GMBH / UNIVERSITÄT BONN, GEOGRAPHISCHES INSTITUT, *Perspektivstudie Internationaler Standort Bonn* [webdokument] (2005)

<http://www.wiegandt-stadtforschung.de/fileadmin/bilder/projekte/Perspektivstudie_Bonn.pdf>, abgerufen am 24. November 2011

PRICEWATERHOUSE COOPERS, *Deutschland 2018 - Die Arbeitsplätze der Zukunft*, 2008

STADT HEIDELBERG, *Heidelberger Migrantenstudie 2008* [webdokument] (2009)

<http://www.heidelberg.de/servlet/PB/show/1197674/12_pdf_HeidelbergerMigrantenstudie_2008.pdf>, abgerufen am 24. November 2011

STATISTA, *Anteil ausländischer Studenten an deutschen Hochschulen vom Wintersemester 1998/99 bis 2009/10* [website] (2011)

<<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/222/umfrage/anteil-auslaendischer-studenten-an-hochschulen/>>, abgerufen am 24. November 2011

STATISTISCHES BUNDESAMT DEUTSCHLAND, *Auslandskontrollierte Unternehmen in Deutschland (Inward-FATS-Unternehmen) 2008* [website]

<<http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Content/Statistiken/UnternehmenGewerbeInsolvenzen/Auslandsunternehmen/Aktuell.psm>>, abgerufen 8. November 2011

STATISTISCHES BUNDESAMT DEUTSCHLAND, *Inward-FATS - Auslandskontrollierte Unternehmen in Deutschland* (Wiesbaden, 2011)

UDE, CHRISTIAN, *Städte als außenpolitische Akteure - Kommunale Verantwortung weltweit*; Städtetag aktuell (1/2012), 4ff.

VERMITTLUNGSGUTSCHEIN, *Weise: Mehr als 2 Millionen ausländische Fachkräfte bis 2025 notwendig* [website] (2011) <<http://www.vermittlungsgutschein.info/weise-mehr-als-2-millionen-auslandische-fachkraefte-bis-2025-notwendig.html>>, abgerufen 24. November 2011

Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG 1: ONLYLYON	15
ABBILDUNG 2: VERTEILUNG ZUGEZOGENER AUSLÄNDER	16
ABBILDUNG 3: STÄRKEN UND SCHWÄCHEN KARLSRUHES	17
ABBILDUNG 4: ZIELE DER KARLSRUHER INTERNATIONALISIERUNGSSTRATEGIE	23
ABBILDUNG 5: INFORMATIONEN ZUR UMSETZUNG DER MAßNAHMEN	25
ABBILDUNG 6: MAßNAHMEN UND DEREN ZIELE	26
ABBILDUNG 7: DERZEITIGE UND KÜNFTIGE AUFGABENBEREICHE DER STABSSTELLE EUREGKA	59
ABBILDUNG 8: ZIELKATALOG - MESSGRÖßEN	62