

Stadt Heidelberg

Drucksache:
0 4 0 2 / 2 0 2 4 / B V

Datum:
22.11.2024

Federführung:
Dezernat IV, Amt für Chancengleichheit

Beteiligung:
Dezernat I, Referat des Oberbürgermeisters - Sitzungsdienste

Betreff:

**Kommunikationsstrategie und -ausstattung neuer
Migrationsbeirat**

Beschlussvorlage

Beratungsfolge:

Gremium:	Sitzungstermin:	Behandlung:	Zustimmung zur Beschlussempfehlung:	Handzeichen:
Migrationsbeirat	05.12.2024	Ö	() ja () nein () ohne	

Beschlussvorschlag der Verwaltung:

Der Migrationsbeirat beschließt die Umsetzung einer Kommunikationsstrategie zur Sichtbarmachung seiner Arbeit in der Stadtgesellschaft und für die Kontaktaufnahme und Kommunikation mit der Öffentlichkeit. Für die Einrichtung einer grundlegenden Ausstattung hierfür werden Mittel aus den Projektmitteln des Migrationsbeirats bereitgestellt.

Finanzielle Auswirkungen:

Bezeichnung:	Betrag in Euro:
Ausgaben / Gesamtkosten:	
• einmalige Kosten Ergebnishaushalt	2.200,00
Einnahmen:	
• keine	
Finanzierung:	
• Projektmittelansatz Migrationsbeirat in 2024 insgesamt	30.400,00
Folgekosten:	
• keine	

Zusammenfassung der Begründung:

Der 2024 neu einberufene Migrationsbeirat plant eine neue Kommunikationsstrategie aufzusetzen, um möglichst breit und wirkungsvoll mit seiner Zielgruppe und der allgemeinen Öffentlichkeit in Kontakt zu treten. Für die Kommunikation und Information des von ihm repräsentierten Teil der Heidelberger Stadtgesellschaft und darüber hinaus benötigt er aktualisierte Flyer und Poster und die Einrichtung von neuen digitalen Kommunikationskanälen. In der Ausarbeitung wird auf eine zielgruppengerechte, rassismuskritische Ansprache und auf eine einfache Vermittlung der Inhalte und Aktivitäten des Migrationsbeirats geachtet.

Begründung:

Der Heidelberger Migrationsbeirat ist ein Gremium, das einerseits als Sprachrohr der Heidelberger Bevölkerung mit Migrationsgeschichte in den Gemeinderat hineinwirken und umgekehrt seiner Zielgruppe die Arbeit der kommunalen politischen Gremien näherbringen soll.

Nach seiner Neuberufung in 2024 ist es ein entscheidender erster Schritt, dahingehend die eigene Präsenz und Sichtbarkeit zu erhöhen und die Gremienarbeit in einer Weise zu kommunizieren, dass sie für eine breite und vielfältige Zielgruppe verständlich wird. Hierfür wird sowohl mit externer Expertise wie auch mit stadtinternen Stellen (Markenkommunikation, Amt für Öffentlichkeitsarbeit) zusammengearbeitet werden, so dass das beantragte Budget eventuell nicht vollständig ausgeschöpft werden wird.

Daher plant der Migrationsbeirat eine neue Kommunikationsstrategie und die Einrichtung einer entsprechenden Kommunikationsausstattung, um sich selbst als Gremium zu befähigen, die folgenden Ziele zu erreichen:

1. Vorstellung der Mitglieder des neuen Gremiums

Die Mitglieder des Migrationsbeirats stellen sich der Heidelberger Stadtgesellschaft vor und werden zu öffentlich bekannten Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartnern in der kommunalpolitischen Gremienlandschaft. Hierfür ist insbesondere die Erstellung und Pflege beziehungsweise Professionalisierung von Postern, Flyern, digitalen Kommunikationskanälen und Social Media zielführend.

2. Einfache Erreichbarkeit im Hinblick auf Anliegen der Zivilgesellschaft

Der Migrationsbeirat wird für seine Zielgruppe und die allgemeine Zivilgesellschaft präsent und ansprechbar. Über professionalisierte unterschiedliche Kommunikationskanäle kann sich die Zivilgesellschaft jederzeit an das Gremium wenden und die eigenen Anliegen einbringen.

Dies ist unverzichtbar und Voraussetzung für die Arbeit eines repräsentativen und unabhängigen Gremiums, das seit diesem Jahr gemäß §13 (4) des Partizipations- und Integrationsgesetzes für Baden-Württemberg mit dem Antragsrecht ausgestattet ist.

3. Zielgruppenspezifische Vermittlung der Aktivitäten und relevanten Informationen der kommunalpolitischen Themen

Der Migrationsbeirat möchte und soll als Schnittstelle zwischen Kommunalpolitik, Verwaltung und Bürgerinnen und Bürgern mit Migrationsgeschichte seine Zielgruppe und die übrige Zivilgesellschaft über seine Aktivitäten laufend informieren. Darüber hinaus möchte und soll er die Öffentlichkeit über zielgruppenrelevante Themen aus der Kommunalpolitik transparent und in einer verständlichen Weise informieren, um mit der Bevölkerung in einen Dialog treten zu können und seiner bedeutenden repräsentativen Aufgabe gerecht zu werden. Dies steigert die demokratische Selbstwirksamkeit der Zielgruppe und schafft gleichzeitig eine breitere Legitimationsbasis für kommunalpolitische Entscheidungen.

Einmalig anfallende Kosten:

Bezeichnung:	Betrag in Euro:
Ausgaben / Gesamtkosten:	2.200,00

1. Kommunikationsausstattung – im Einzelnen:		2.200,00
1.1	Entwicklung eines Logos / Corporate Designs	1.100,00
1.2	Gestaltung eines Flyers in DIN A5	500,00
1.3.	Gestaltung eines Posters in DIN A3	300,00
1.4	Produktion/Druck eines Flyers in DIN A5	60,00
1.5	Produktion/Druck eines Posters in DIN A3	40,00
1.6	Digitale Zugänge	200,00
Einnahmen:		
• keine		
Finanzierung:		
• Projektmittelansatz Migrationsbeirat 2024		2.200,00
Folgekosten:		
• keine		

Beteiligung des Beirates von Menschen mit Behinderungen
Nicht erforderlich.

Prüfung der Nachhaltigkeit der Maßnahme in Bezug auf die Ziele des Stadtentwicklungsplanes / der Lokalen Agenda Heidelberg

1. Betroffene Ziele des Stadtentwicklungsplanes		
Nummer/n: (Codierung)	+ / - berührt:	Ziel/e:
SOZ 2		Diskriminierung und Gewalt vorbeugen
		Begründung:
		Klare Kommunikationskanäle zu einem die Zielgruppe repräsentierenden Gremium fördern die Kontaktaufnahme zum Migrationsbeirat bei Anliegen im Bereich Diskriminierung und Gewalt.
		Ziel/e:
SOZ 3		Solidarität und Eigeninitiative, Selbsthilfe und bürgerschaftliches Engagement fördern
		Begründung:
		Eine neue Kommunikationsstrategie stärkt direkt Menschen mit (familiärer) Migrationsgeschichte in ihrer politischen Teilhabe, indem ihren Anliegen Gehör verschafft wird.
		Ziel/e:
SOZ 12		Selbstbestimmung gewährleisten
		Begründung:
		Als präsent und ansprechbares Schnittstellengremium zur Zivilgesellschaft schafft es Vertrauen in die demokratischen Institutionen und in die Selbstwirksamkeit dieser Bevölkerungsgruppe.
2. Kritische Abwägung / Erläuterungen zu Zielkonflikten:		
Keine		

gezeichnet
Stefanie Jansen