

Anlage

Zusammenfassung Workshop a)

Gewünschte Wahrnehmung bei Bürger*innen, Mitarbeiter*innen, Bewerber*innen und Partner*innen der Verwaltung

Thema: visuelle Kommunikation

Auf Grundlage des am Vormittag vom Tourismusverband Fläming e.V. vermittelten Arbeitgebermarken-Prozesses wurden die teilnehmenden Führungskräfte der Kreisverwaltung am Nachmittag gebeten, sich Fragestellungen zur visuellen Identifikation, zum Wiedererkennungswert und zur einheitlichen Präsentation des Landkreises (Anforderungen an das Corporate Design und Weiterentwicklung Logo) zu widmen.

Der Workshop verlief parallel an drei Pinnwänden, in jeweils drei 15-minütigen, moderierten Sessions, in einer interessierten und konstruktiven Atmosphäre.

Pinnwand 1 - Thementisch Bürger*innen

An der ersten Pinnwand ging es um die Ermittlung, wie die Verwaltung des Landkreises Teltow-Fläming von den Bürger*innen wahrgenommen werden möchte.

Fragen

- Wie wollen wir als Kreisverwaltung von den Bürger*innen wahrgenommen werden?
- Mit welchen Maßnahmen erreichen wir das?
- Welche Maßnahmen sind in Hinsicht auf Zeit, Geld und Ressourcen am realistischsten umsetzbar?

Ergebnis

In der Diskussion um die gewünschte Wahrnehmung der Kreisverwaltung durch die Bürger*innen wurde von den Teilnehmenden eine Vielzahl an Merkmalen und wünschenswerten Eigenschaften aufgeführt. Diese wurden thematisch zusammengefasst und auf ihre Umsetzbarkeit überprüft. Im Anschluss wurden zeitnah und realistisch umsetzbare Maßnahmen abgeleitet.



Abbildung 1: Pinnwand Thementisch Bürger*innen

So möchten wir wahrgenommen werden:

kompetent, hilfsbereit, engagiert, verständlich, verbindlich, hoheitlich, positiv, transparent, zuverlässig, konsequent, individuell, dialogorientiert, lösungsorientiert, objektiv, bürgernah, freundlich, verlässlich, emphatisch, weltoffen, menschlich, fortschrittlich, unabhängig, unbestechlich, serviceorientiert

Voraussetzungen – das brauchen wir dafür:

regelmäßige Fortbildungen, genügend Finanzmittel, Beteiligung der Bürger*innen durch Umfragen, angepasste Organisationsstrukturen, die Partnerschaften des Landkreises aktiver nutzen, weniger Projekte, dafür mehr Beratung der Bürger*innen, mehr Wertschätzung gegenüber den Bürger*innen

Erste Maßnahmen – zeitnah umsetzbar und realistisch:

Erweiterung der Kompetenzen und Aufgaben der Bürger-Info sowie Professionalisierung des Bürger-Services, Beschleunigung der Digitalisierung, Verbesserung der internen und externen Kommunikation (Zeit nehmen für die inhaltliche Ausarbeitung, alte Distributionswege überdenken und neue finden)

Fazit

Die Führungskräfte der Kreisverwaltung Teltow-Fläming verstehen sich im besonderen Fokus des Leitbildes als eine noch **besser organisierte** und **bürgerfreundlich** handelnde Verwaltung, die viele Dienstleistungen online anbietet, gut erreichbar ist, zügig entscheidet und verständlich kommuniziert. Bürgerbeteiligung/Onlineumfragen und Professionalisierung des Bürgerservices wie auch Beratung der Bürger*innen und Wertschätzung ihnen gegenüber werden als wichtige Maßnahmen angesehen.

Die Beschleunigung der **Digitalisierung** der Verwaltung zieht sich durch alle Fachbereiche und zwar nach innen und nach außen, um auf allen Ebenen eine bessere interne und externe Kommunikation zu ermöglichen. Der Ausbau des Online-Bürger -Services muss weiter vorangetrieben und beschleunigt werden. Voraussetzung hierfür ist ein konsequentes Prozessmanagement und eine den Aufgaben angepasste Organisationsstruktur.

Die (gewünschten) Eigenschaften zur Wahrnehmung der Verwaltung von außen sollten stärker über die **visuelle Identifikation in der Außendarstellung** transportiert werden.

Pinnwand 2 - Thementisch Mitarbeiter*innen/Bewerber*innen

An der zweiten Pinnwand ging es darum, wie die Verwaltung des Landkreises Teltow-Fläming von den Mitarbeiter*innen/Bewerber*innen wahrgenommen werden möchte.

Fragen

- Wie wollen wir als Kreisverwaltung von den eigenen Mitarbeiter*innen/ Bewerber*innen wahrgenommen werden?
- Mit welchen Maßnahmen können wir das erreichen?
- Welche Maßnahmen sind hinsichtlich Zeit, Geld und Ressourcen am realistischsten umsetzbar?

Ergebnis

In der Diskussion um die gewünschte Wahrnehmung der Kreisverwaltung durch die eigenen Mitarbeiter*innen und Bewerber*innen wurde von den Teilnehmenden eine Vielzahl an Merkmalen und wünschenswerten Eigenschaften aufgeführt. Diese wurden dann thematisch zusammengefasst und auf ihre Umsetzbarkeit überprüft. Im Anschluss wurden zeitnah und realistisch umsetzbare Maßnahmen abgeleitet.

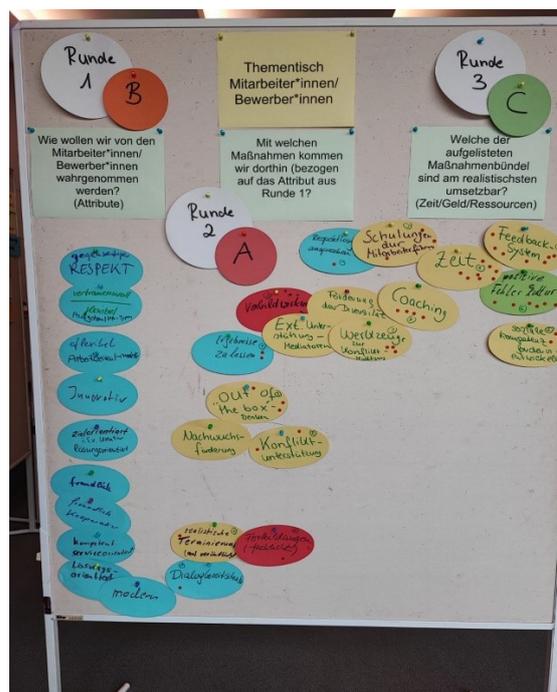


Abbildung 2: Pinnwand Thementisch Mitarbeiter*innen/Bewerber*innen

So möchten wir wahrgenommen werden:

respektvoll, vertrauensvoll, flexibel, innovativ, zielorientiert, freundlich, kooperativ, serviceorientiert, lösungsorientiert, modern

Voraussetzungen – das brauchen wir dafür:

gegenseitigen Respekt, Ergebnisse zulassen, „out-of the-box“-Denken, Nachwuchsförderung, Unterstützung bei Konfliktbewältigung, externe Unterstützungen (Mediation), Förderung der Diversität, Vorbildwirkung

Erste Maßnahmen – zeitnah umsetzbar und realistisch:

Respektlosigkeit ansprechen, Schulungen zur Mitarbeiterführung, Feedback-System, positive Fehlerkultur, soziale Kompetenz fördern und entwickeln, Coaching, Werkzeuge zur Konfliktbewältigung.

Fazit

Für das Onboarding und die langfristige Mitarbeiterbindung ist es wichtig, als **moderner** und zugleich **beständiger Arbeitgeber** wahrgenommen zu werden. Einige Benefits wie Homeoffice, Gleitzeit, tarifgerechte und pünktliche Vergütung, Zusatzversicherungen, Gesundheitsmanagement, Firmen-Ticket und individuelle Weiter- und Fortbildungsangebote tragen aktuell bereits dazu bei.

Hausintern sind neben **der Vereinfachung von Arbeitsabläufen** sowie dem Vorantreiben der **Digitalisierung** einiger Arbeitsabläufe vor allem ein toleranter und freundlicher **Umgang** miteinander und untereinander essentiell. Dafür sind ein

Feedback-System, eine positive **Fehlerkultur** sowie **Schulungen und Coachings** zu Mitarbeiterführung, Konfliktbewältigung und Förderung sozialer Kompetenz sinnvoll. Die **Leitlinien für Zusammenarbeit und Führung** „Offen ehrlich fair“ müssen gelebt werden.

Mittelfristig wäre eine **einheitliche und ansprechende Außenpräsentation** für die **Mitarbeitergewinnung** und -bindung wichtig.

Pinnwand 3 - Thementisch Partner*innen der Verwaltung

An der dritten Pinnwand ging es darum, zu erörtern, wie die Verwaltung des Landkreises Teltow-Fläming von ihren Partner*innen wahrgenommen werden möchte.

Fragen:

- Wie wollen wir von den Partnern des Landkreises Teltow-Fläming wahrgenommen werden?
- Mit welchen Maßnahmen erreichen wir das?
- Welche Maßnahmen sind im Hinblick auf Zeit, Geld und Ressourcen am realistischsten umsetzbar?

Ergebnis

In der Diskussion um die gewünschte Wahrnehmung der Kreisverwaltung durch die Partner*innen führten die Teilnehmenden eine Vielzahl wünschenswerter Eigenschaften auf. Diese wurden dann thematisch zusammengefasst und auf ihre Umsetzbarkeit überprüft. Im Anschluss wurden zeitnah und realistisch umsetzbare Maßnahmen abgeleitet.

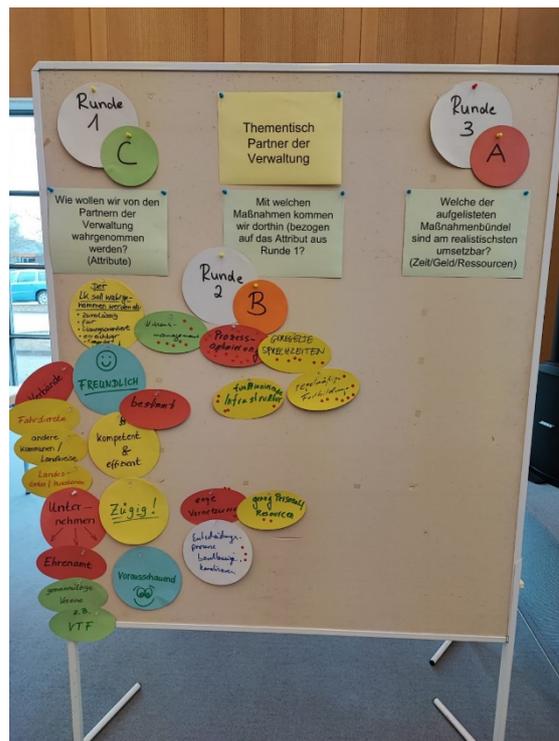


Abbildung 3: Pinnwand Partner des Landkreises TF

So möchten wir wahrgenommen werden:

kompetent, effizient, zügig, vorausschauend, bestimmt, freundlich, lösungsorientiert, fair, zuverlässig, erreichbar

Voraussetzungen – das brauchen wir dafür:

genug Personal/Ressourcen, enge Vernetzung, funktionierende Infrastruktur, schnelle und effiziente Entscheidungsprozesse

Erste Maßnahmen – zeitnah umsetzbar und realistisch:

Prozessoptimierung, geregelte Sprechzeiten, Wissensmanagement, regelmäßige Fortbildungen

Fazit

Um von unseren Kooperationspartner*innen vor allem freundlich, kompetent und lösungsorientiert wahrgenommen zu werden, sind genügend Personal und schnelle, effiziente Arbeitsabläufe und Entscheidungsprozesse von Nöten. Um Prozesse zu optimieren, müssen sie erfasst, beschrieben, gepflegt und fortlaufend dokumentiert werden. Dazu bedarf es regelmäßiger **Fortbildungen** und eines **Wissensmanagements**.

Ein einheitliches **Prozessmanagement** und **Prozessoptimierung** sind Handlungsschwerpunkte, die nicht nur kleinteilig in jeder Organisationseinheit, sondern bereichsübergreifend geschaffen werden müssen. Nur so sind neben der Gewichtung eine strukturierte Aufgabenkritik und die Optimierung von Schnittstellen auf allen Ebenen für eine bessere interne und externe Kommunikation möglich.

Die (gewünschten) Eigenschaften sollten sich in unserer **Außendarstellung** spürbar widerspiegeln.

Zusammenfassung Workshop b)

Arbeitgebermarken-Kernwerte „Die Verwirklicher“ – Wirken im Fläming

Auf Grundlage des (am Vormittag) vermittelten Arbeitgebermarken-Prozesses durch den Tourismusverband Fläming, wurden die teilnehmenden Führungskräfte der Landkreisverwaltung am Nachmittag gebeten sich den drei touristisch geprägten Kernwerten der „Verwirklicher“ zu widmen.

Der Workshop verlief parallel an drei Pinnwänden, in jeweils drei 15-minütigen moderierten Sessions, in einer interessierten und konstruktiven Atmosphäre.

Pinnwand 1 – Thementisch Kernwert „bodenständig“

An der ersten Pinnwand ging es um die Ermittlung einer möglichen inhaltlichen Schnittmenge zum Kernwert „bodenständig“.

Fragen

„Was verstehen Sie unter „bodenständig“ und welche Aspekte fallen Ihnen hierzu ein, wenn Sie an Ihren Arbeitgeber/Ihr Arbeitsumfeld denken?“

Ergebnisse

Die gesammelten Begriffe rund um das Thema „bodenständig“ haben bei den Teilnehmenden zwei unterschiedliche Empfindungen hervorgerufen:

- positiv besetzte Assoziationen:
z. B. stabil, freundlich, geerdet, fokussiert, krisensicher, loyal, bescheiden, zuverlässig, bürgernah, arbeitsam
- negativ besetzte Assoziationen:
z. B. „in der Meinung beharrend“, bürokratisch/zu preußisch, rückständig, starre Strukturen, ländlich

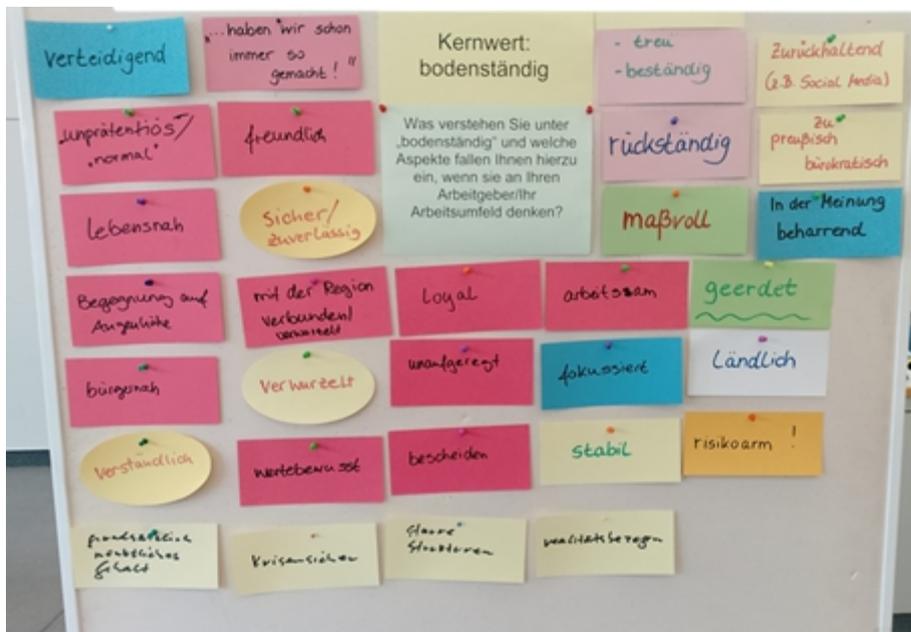


Abbildung 4: Thementisch Kernwert „bodenständig“

Fazit

Die Vielzahl an aufgelisteten Begriffen mit einem deutlichen Schwerpunkt auf den positiv belegten Assoziationen zeigte ein klares gemeinsames Begriffsverständnis mit dem Kernwert „bodenständig“ der Verwirklicher.

The infographic features a grey background with a yellow logo in the top right corner that reads 'der Fläming'. The main title is 'DIE Verwirklicher WIRKEN IM FLÄMING'. Below the title are three columns of traits:

BODENSTÄNDIG	PROGRESSIV	RAFFINIERT
freundlich, solide, liebenswürdig, bindend, sicher, gewissenhaft, zuverlässig, bescheiden, zuvorkommend, ungekünstelt, ...	innovativ, kreativ, fortschrittlich, mutig, ideenreich, zukunftsweisend, gestalterisch, neuartig, ...	geschickt, erfinderisch, durchdacht, differenziert, detailreich, pfiffig, ...

Pinwand 2 – Thementisch Kernwert „progressiv“

An der Pinwand 2 haben die Workshop-Teilnehmenden Schnittmengen zum Kernwert „progressiv“ erarbeitet:

Fragen:

„Was verstehen Sie unter „progressiv“ und welche Aspekte fallen Ihnen hierzu ein, wenn Sie an Ihren Arbeitgeber/Ihr Arbeitsumfeld denken?“

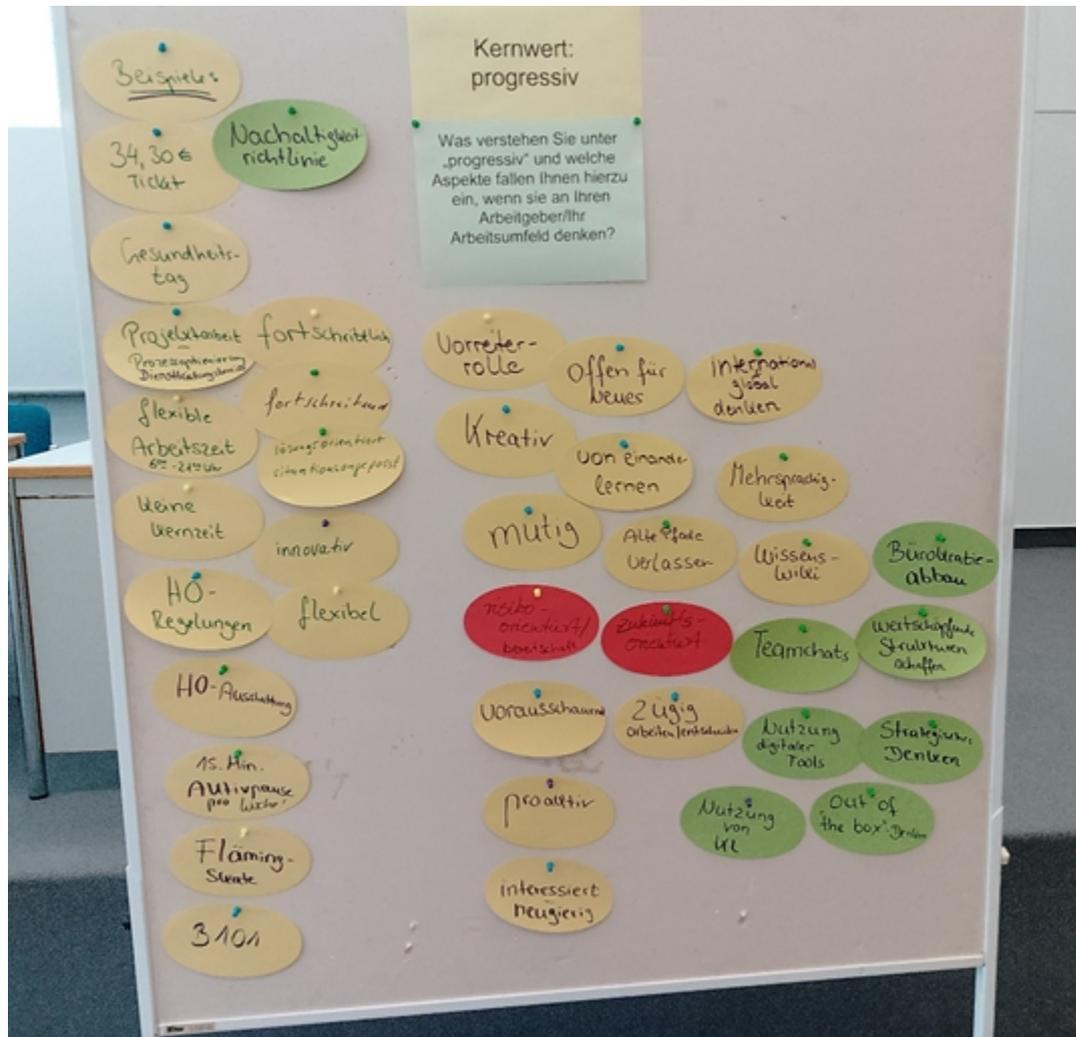


Abbildung 5: Pinwand Thementisch Kernwert „progressiv“

Ergebnisse

Die gesammelten Attribute lassen sich in drei Kategorien zusammenfassen:

1. Unter dem Begriff „progressiv“ wurde das Folgende verstanden: u. a. fortschrittlich, mutig, kreativ, innovativ, offen für Neues
2. praktische Beispiele aus der Verwaltung wurden dazu aufgeführt: wie z. B. die 15-Minuten Aktivpause/Woche, die Homeoffice-Regelungen, das 34,30-Euro-Ticket oder der Gesundheitstag
3. und Bereiche genannt, in denen sich die Beschäftigten grundsätzlich Entwicklungen wünschen: Nutzung digitaler Tools (wie z.B. Teamchats oder KI), „out of the box-Denken“ oder die Schaffung wertschöpfender Strukturen

Fazit

Auch hier hat sich eine ausreichend große Schnittmenge zu dem definierten Attribut „progressiv“ ergeben.



Abbildung 6: Kernwert "progressiv"

Pinwand 3 – Thementisch Kernwert „raffiniert“

An der dritten Pinwand ging es um die Untersuchung des Kernwertes „raffiniert“.

Fragen

„Was verstehen Sie unter „raffiniert“ und welche Aspekte fallen Ihnen hierzu ein, wenn Sie an Ihren Arbeitgeber/Ihr Arbeitsumfeld denken?“

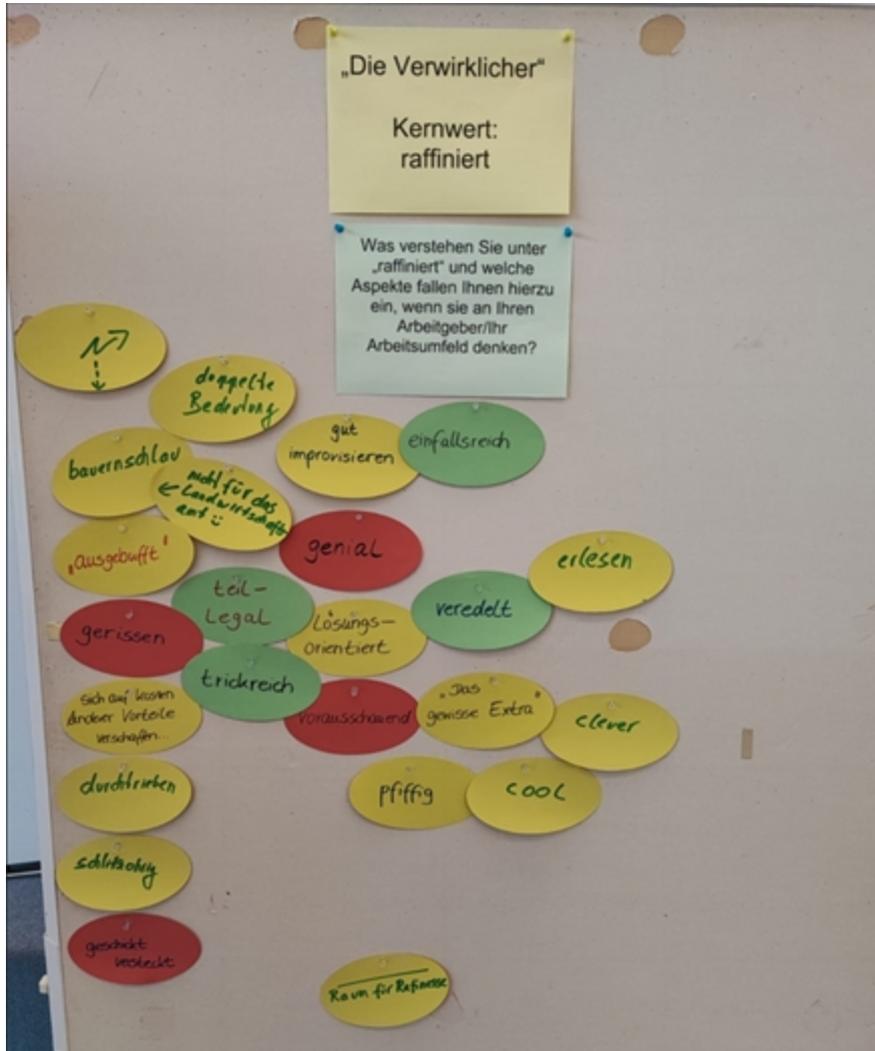


Abbildung 7: Pinwand Kernwert "raffiniert"

Ergebnisse

Auch bei der Arbeit mit dem Begriff „raffiniert“ haben sich zwei Bedeutungslager herausgebildet:

- positive Konnotationen:
 - u. a. pfiffig, clever, einfallsreich, genial, vorausschauend, veredelt, erlesen, lösungsorientiert, gut improvisierend
- negative Konnotationen:
 - u. a. durchtrieben, schlitzohrig, gerissen, trickreich

Fazit

Dieser wohl herausforderndste Kernwert hat in der emotionalen Bewertung durch die Teilnehmenden einen – zu erwartenden – Zwiespalt offengelegt. Dennoch gibt es auch in diesem Fall bemerkenswerterweise ein ähnliches gemeinsames Begriffsverständnis.



Abbildung 8: Kernwert "raffiniert"