

Arbeitgeber werben um fähige Fachkräfte und Azubis

Mit der »Arbeitgebermarke« eröffnet die Regionalmarke Eifel ein neues Feld - »War for Talents« entbrennt

Nach landwirtschaftlichen Produkten und touristischen Dienstleistungen werben nun die Arbeitgeber unter dem Dach des Eifel-E für sich.

REGION. Mit einer aktuellen Arbeitslosenquote von 3,1 Prozent herrscht im Eifelkreis so gut wie Vollbeschäftigung. Ohne gravierendes Vermittlungshemmnis hat man also gute Aussichten auf einen Job und eine starke Verhandlungsposition. Das kehrt die gewohnten Verhältnisse um: Nicht mehr Arbeitnehmer müssen um eine Anstellung betteln, sondern Arbeitgeber müssen mit attraktiven Bedingungen überzeugen. Verschärft wird das nicht nur durch den gewohnten „War for Talents“ mit Luxemburg, sondern auch durch die demografische Entwicklung, denn die geburtenstarken Jahrgänge verlassen bald die Belegschaften in Richtung Rente.

»Viele Betriebe müssen für diesen Wandel allerdings noch sensibilisiert werden«, sagt Wirtschaftsförderer Helmut Berscheid von der Kreisverwaltung Bitburg-

Prüm, die zu den Initiatoren einer speziellen Arbeitgebermarke zählt. Die wurde in einer Kick-off-Veranstaltung in Prüm unter dem Dach der Regionalmarke Eifel auf den Weg gebracht. Der ursprüngliche Anstoß dafür kam aus der Unternehmerschaft selbst: Herbert Zahnen, Chef eines mittelständischen Technologie-Unternehmens in Arzfeld, ist Ideengeber. Denn es sind bereits jetzt vor allem Firmen aus innovativen Bereichen, die einen Mangel an gut ausgebildeten Kräften beklagen.

»Die gute Vereinbarkeit von Beruf und Familie steht im Mittelpunkt der mehrstufigen Zertifizierung im Rahmen der Arbeitgebermarke«, erläutert Berscheid die Inhalte. »aber es geht ebenso auch um eine adäquate Entlohnung, um Gesundheitsmanagement oder um faires Führungsverhalten.« Die Arbeitgebermarke zertifiziert in Zusammenarbeit mit bestehenden Gütesiegeln (etwa der Bertelsmann Stiftung) die Betriebe; die unternehmerische Verantwortung, das Versprechen eines quali-



Wie hier bei »Jugend forscht« werben Arbeitgeber immer mehr um Nachwuchs - nicht nur umgekehrt. Foto: A. Koch

tativen Arbeitgeberdaseins mit konkretem Leben zu füllen, bleibe natürlich in den Führungsetagen der Firmen selbst. Erster Ansprechpartner für interessierte Unternehmen aus der gesamten Eifel, die mit dem Rückhalt eines ganzen Netzwerks ihr Profil als attraktiver Arbeitgeber schärfen wollen, ist die Regionalmarke Eifel mit Sitz in Prüm. Deren Geschäftsführer Markus Pfeifer erläutert

die Zielsetzung: »Wir wollen zunächst Jugendliche motivieren, sich Ausbildungsplätze in der Region zu suchen und nicht woanders. Dann überzeugen wir aus der Eifel stammende Fachkräfte, die andernorts Erfahrungen gesammelt haben, zur Rückkehr. In einem dritten Schritt geht es natürlich auch darum, Personal aus anderen Regionen zu uns zu locken.« Da die Regionalmarke bereits als Synonym für Lebensqualität,

Echtheit und andere positive Werte erfolgreich eingeführt sei, könne die Arbeitgebermarke gut daran andocken.

»Die Arbeitgebermarke ist Teil einer umfassenden Markenstrategie, mit der die ganze Eifel nach innen und außen gut repräsentiert und gestärkt werden soll«, schildert Landrat Joachim Streit das ganzheitliche Zukunftskonzept für den ländlichen Raum im Strukturwandel. Den aktuell größten Bedarf an Fachkräften sieht er in der Gesundheitswirtschaft, im Tourismus und in den technischen Berufen des Handwerks und der Industrie.

Nicht nur große Firmen wie die Bitburger Braugruppe können von der Arbeitgebermarke profitieren. »Gerade auch kleine Betriebe spüren, dass sie sich frühzeitig um Nachwuchs kümmern müssen«, wissen Berscheid und Pfeifer. Im Markenverbund sei es einfacher, sich fachlich auszutauschen und positive Aufmerksamkeit auf den Standort Eifel zu lenken. Weitere Infos unter www.regionalmarke-eifel.de im Internet. **ako**