



>> Erfolgreiche Auftaktveranstaltung für die Arbeitgebermarke Eifel

Foto: FF

DRINGEND GESUCHT: JUGENDLICHE, RÜCKKEHRER UND ZUZÜGLER

Regionalmarke Eifel wirbt mit einer neuen „Arbeitgebermarke“ um Arbeitskräfte

>> Mit einer aktuellen Arbeitslosenquote von 3,6 Prozent im gesamten Landkreis Berncastel-Wittlich herrscht annähernd Vollbeschäftigung, in manchen Bereichen ist sie auch faktisch erreicht. Dabei bemerken allmählich viele Arbeitgeber, dass diese an sich erfreuliche Tatsache ein Riesenproblem wird, wenn sich die geburtenstarken Jahrgänge bald ins Rentendasein verabschieden. Dann wird aus Vollbeschäftigung ein schwerwiegendes Defizit in der Mitarbeiterstruktur... so gravierend, dass die Zukunftsfähigkeit und Existenz etlicher Betriebe gefährdet sein dürfte. Auf jeden Fall handelt es sich um eine massive Wachstumsbremse, wenn mangels Personal Aufträge abgesagt werden müssen oder bei bereits zugesagten Aufträgen Lieferverzögerungen eintreten.

Dagegen soll nachhaltig eine „Arbeitgebermarke Eifel“ helfen. Die Idee eines „employer branding“ an sich ist nicht neu, sondern stammt bereits aus den 1990er Jahren. Neu ist sie jedoch in Kombination mit einem ganzen Wirtschaftsstandort. Als solche kommt sie aus der betroffenen Unternehmerschaft selbst: Eine Eifeler Technologiefirma suchte händleringend Fachkräfte, um Aufträge in ganz Europa erfüllen zu können, und hatte Probleme, die offenen Stellen adäquat zu besetzen. Denn das Image eines Mittelständlers vom Land ist im Vergleich mit den schicken Metropolen eher bescheiden. Die „Arbeitgebermarke Eifel“ wurde jetzt in einer großen Kick-off-Veranstaltung vorgestellt und verfolgt das Ziel, Unternehmen aus dem gesamten Eifelbereich attraktiver für Arbeitnehmer zu

machen. Sie ist unter dem Dach der „Regionalmarke Eifel“ aktiv: Bislang subsumiert die Regionalmarke, ausgestattet mit dem typischen Eifel-Logo und auf Grund strenger Kriterien, mehr als 200 landwirtschaftliche Produkte oder handwerkliche und touristische Dienstleistungen. „Natürlich ist die Zertifizierung von Arbeitgebern eine ganz andere Sache“,

bildungsplätze in der Eifel begeistert werden. Bislang nämlich suchen nicht wenige von vornherein ihr berufliches Heil andersorts oder machen spätestens nach dem Studium Karriere in den Ballungsräumen. Zweitens sollen Fachkräfte, die bereits Berufserfahrung in anderen Regionen gewonnen haben, zur Rückkehr in die Eifel motiviert werden. Drittens geht es auch um das anspruchsvolle Ziel, Zuzügler aus anderen deutschen oder europäischen Landschaften von den Vorteilen eines Berufslebens in der Eifel zu überzeugen. Dafür müssen die Unternehmen, die von der Arbeitgebermarke, ihrem Netzwerk und ihren erweiterten Marketingmöglichkeiten profitieren wollen, einiges tun. Vor allem die unabhängige Zertifizierung einer guten Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben steht im Mittelpunkt. Aber die Betriebe müssen sich, wie die Markengeber erläutern, in allen Bereichen hinterfragen: auch beim Gesundheitsmanagement für die Beschäftigten, bei der angemessenen Entlohnung oder beim fairen Führungsverhalten. Letztlich bleibt es natürlich in der unternehmerischen Verantwortung, für die eigene Fachkräftesicherung zu sorgen. ako

www.regionalmarke-eifel.de

QUALITÄT IST UNSERE NATUR



sagt Markus Pfeifer, Geschäftsführer der Regionalmarke Eifel. „Aber der dahinter stehende Qualitätsgedanke in Verbindung mit der Regionalität ist derselbe. Außerdem brauchen natürlich auch unsere Gastgeber, Handwerker oder Nahrungsmittelherzeuger und -verarbeiter eine effektive Fachkräftesicherung, da gibt es viele Synergien.“

Die Arbeitgebermarke will auf Dauer drei Dinge erreichen: Erstens sollen Jugendliche für Aus-