



Wettbewerbssituation mit Luxemburg

Eine Region rüstet sich für den „War for Talents“

Regionalmarke Eifel wirbt mit einer neuen „Arbeitgebermarke“ um Arbeitskräfte

VON ANGELIKA KOCH

Mit einer aktuellen Arbeitslosenquote von 3,1 Prozent im Eifelkreis Bitburg-Prüm oder 3,5 Prozent in Trier-Saarburg herrscht in weiten Teilen der deutschen Nachbarregion offiziell Vollbeschäftigung. Dabei bemerken dort allmählich viele Arbeitgeber, dass diese an sich erfreuliche Tatsache – vor allem angesichts der demografischen Entwicklung, und verstärkt durch die Wettbewerbssituation mit Luxemburg – ein Riesensymbol 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 Personals 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 Unternehmensebene selbst: Die Technologiefirma Zahnen in Arzfeld bei Prüm suchte händierend Fachkräfte, um Aufträge in ganz Europa erfüllen zu können, und hatte Probleme, die offenen Stellen adäquat zu besetzen. Denn das Image eines Mit-

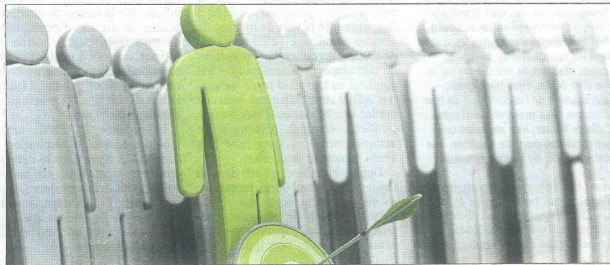
„Wenn sich die geburtenstarken Jahrgänge bald ins Rentendasein verabschieden, dann verstärkt sich der Wettbewerb mit Luxemburg.“

telständlers vom Land ist im Vergleich mit den schicken Metropolen bei den „high potentials“ eher bescheiden. Die Stärken gehen im Rennen um die besten Kräfte gegen bekannte Branchenriesen mit Sitz in Berlin oder München, London oder Paris, Shanghai oder New York schlicht unter – ein Phänomen, das im globalen Wettbewerb teilweise sogar dem Wirtschaftsstandort Luxemburg zu schaden macht.

Die „Arbeitgebermarke Eifel“ wurde jetzt in einer großen Kick-off-Veranstaltung in Prüm 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 aufgrund strenger Kriterien, mehr als 200 landwirtschaftliche Produkte oder handwerkliche und touristische Dienstleistungen. „Natürlich ist die Zertifizierung von Arbeitgebern eine ganz andere Sache“, 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 Nahrungsmittelhersteller und ... eine effektive Fachkräftesicherung. Da gibt es viele Synergien.“

Die Arbeitgebermarke will auf Dauer drei Dinge erreichen: Erstens sollen Jugendliche für Ausbildungsplätze in der Eifel begeistert werden. Bislang nämlich suchen nicht wenige von vornherein ihr berufliches Heil andernorts 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 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 in allen Bereichen hinterfragen: auch beim Gesundheitsmanagement für die Beschäftigten, bei der angemessenen Entlohnung oder beim fairen Führungsverhalten“, erläutert Helmut Borscheid, Wirtschaftsförderer des Eifelkreises, die Anforderungen. „Letztlich bleibt es natürlich in der unternehmerischen Verantwortung, für die eigene Fachkräftesicherung zu sorgen. Das kann keine Arbeitgebermarke Eifel abnehmen. Aber es ist deutlich, dass viele Firmen noch Nachholbedarf in der Sensibilisierung für die Problematik haben und Hilfestellungen eines Netzwerks benötigen, um geeignete Schritte zu gehen.“ Man müsse bereits jetzt gegensteuern, wenn ein in fünf Jahren konkreter Personalengpass vermieden werden soll.



Construisons ENSEMBLE votre avenir!



Avec plus de **4000 collaborateurs** travaillant au sein de l'Entreprise et de ses filiales, POST Group est le **3e employeur du pays**. Forte de sa renommée bien établie et son ancrage luxembourgeois, POST Luxembourg est aussi une **entreprise innovante**, ouverte sur le monde par ses métiers en constante évolution et par la **richesse de ses collaborateurs** de plus de 27 nationalités différentes.

Passionné(e) de nouvelles technologies ou féru(e) d'informatique, rejoignez-nous!



www.postgroup.lu