

Quelle: DIHK Service GmbH – 3. Themenstudie – Zur Relevanz der Arbeit regionaler Netzwerke

Datum: 01.04.2019

Seite: 19 – 20

Praxisbeispiel: Arbeitgebermarke EIFEL

Die Arbeitgebermarke EIFEL ist seit fünf Jahren als Bestandteil der Regionalmarke EIFEL zum Thema Fachkräftesicherung in den zehn Landkreisen der Eifel tätig. Die verschiedenen Landkreise stehen nach Angaben von Netzwerkkoordinator Markus Pfeifer vor unterschiedlichen Herausforderungen. Gemeinsam ist ihnen ein Fachkräftemangel, der vor allem in den ländlichen Teilen der Eifel in den vergangenen Jahren spürbar zugenommen hat und in den Städten der Region schon länger wahrgenommen wird. Diese Einschätzung bestätigten auch alle befragten Mitglieder des Netzwerks.

„Wir haben drei Säulen der Rekrutierung definiert: Erstens Menschen aus der Region in der Region halten, das machen wir durch eine überdurchschnittliche Ausbildungsquote, zweitens, Menschen, die aus der Region stammen, aber weggezogen sind, zurückzugewinnen und drittens – und das ist am schwierigsten – Menschen aus anderen Regionen anwerben. Das kann ein Mittelständler nicht allein stemmen, dafür müssen wir uns mit anderen in einem Netzwerk zusammenschließen.“

Herbert Zahnen, Geschäftsführer Zahnen Technik GmbH - Netzwerkpartner

Um dieser Entwicklung eines verstärkten Fachkräftemangels entgegenzuwirken, hat es sich das Netzwerk zur Aufgabe gemacht, die Unternehmen in der Region als attraktive Arbeitgeber im Werben um Fachkräfte innerhalb und außerhalb der Region zu positionieren. Dazu vergibt das Netzwerk an seine derzeit knapp 30 Mitgliedsunternehmen das Label Arbeitgebermarke EIFEL. Voraussetzung hierfür ist erstens eine grundsätzliche Verbundenheit mit der Region, zweitens, dass es sich um einen Ausbildungsbetrieb handelt, und drittens eine Zertifizierung durch einen neutralen Anbieter als arbeitnehmerfreundliches Unternehmen – etwa im Bereich Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Gesundheitsmanagement, Führung oder Arbeitszeitmodelle. Die Unternehmen können zwischen verschiedenen Anbietern und Zertifikaten wählen. Ziel ist es, auf diese Weise die Attraktivität für Arbeitnehmer zu erhöhen, das Thema Arbeitgeberattraktivität in die Betriebe zu tragen und grundsätzlich dafür zu sensibilisieren.

„Ich habe manchmal das Gefühl, einige Unternehmen haben noch gar nicht richtig mitbekommen, dass man sich heute als Unternehmen beim Arbeitnehmer bewerben muss. Das Bewusstsein hierfür zu schaffen wollen wir mit dem Netzwerk forcieren.“

Markus Pfeifer, Netzwerkkoordinator Arbeitgebermarke EIFEL

Netzwerkkoordinator Markus Pfeifer akquiriert neue Mitglieder und vermarktet die Arbeitgebermarke, um ihre Sichtbarkeit und die der an ihr beteiligten Unternehmen zu erhöhen. Durch eine Kooperation mit der Bundesagentur für Arbeit werden etwa die dort ausgeschriebenen Stellen der Netzwerkmitglieder mit dem Label Arbeitgebermarke EIFEL ausgewiesen. Zudem unterhält das Netzwerk die Online-Jobbörse www.jobs-in-der-eifel.de, auf der die Unternehmen des Netzwerks vorgestellt werden. Für diese Angebote und weitere Marketingaktivitäten erhebt das Netzwerk gestaffelt nach Unternehmensgröße einen Mitgliedsbeitrag – seine einzige Finanzierungsquelle. Das Netzwerk kommt also ohne öffentliche Förderung aus.

„Gerade der Werbeeffect ist schon merklich und auch messbar durch Klickzahlen und Seitenaufrufe. Zudem erhalten wir zehn bis 20 Prozent mehr Bewerbungen. Das ist für unser Unternehmen schon deutlich spürbar.“

Melanie Otto, HR Managerin, Witte Bitburg GmbH – Netzwerkpartner

Aus den Mitteln des Netzwerks werden zudem Fachveranstaltungen zur Fachkräftesicherung organisiert, um den Betrieben neue Impulse zu geben sowie auf neue Entwicklungen und Trends im Bereich Fachkräftesicherung und Arbeitgeberattraktivität aufmerksam zu machen. Darüber hinaus profitieren die Unternehmen davon, sich im Rahmen regelmäßig stattfindender Treffen auszutauschen. Auf diese Weise trägt das Netzwerk zum Erfahrungs- und Wissenstransfer in der Region bei. Zudem verfestigen sich durch den regelmäßigen Austausch auch die wirtschaftlichen Beziehungen der Netzwerkpartner. Für den eigenen Wissenstransfer und Erfahrungsaustausch steht die Arbeitgebermarke

EIFEL mit anderen Netzwerken aus der Region und den umliegenden Kreisen sowie Interessenvertretern im Kontakt. Die Netzwerkpartner bewerten die Auswirkungen der Netzwerkarbeit positiv: 75 Prozent der befragten Partner gaben an, dass die Netzwerkarbeit (sehr) stark zur Positionierung als eine Region mit attraktiven Arbeitgebern beigetragen habe. Die Hälfte gab an, durch die Mitgliedschaft im Netzwerk schneller offene Stellen besetzen zu können. Zudem konnte ein Drittel der befragten Unternehmen neue Rekrutierungsstrategien etablieren. Zusätzlich profitieren insbesondere kleine Unternehmen durch den Zusammenschluss im Netzwerk. Sie können etwa eine bessere Verhandlungsposition einnehmen, um Sonderkonditionen für ihre Mitarbeiter zu erzielen oder potenziellen Bewerbern aus anderen Regionen Beschäftigungsmöglichkeiten für deren Lebenspartnerin oder -partner über das Netzwerk aufzeigen. Das Netzwerk strebt an, seine Mitgliederbasis auf mindestens 50 Unternehmen zu steigern, um vor allem seine Sichtbarkeit und Position in der Region zu stärken und die eigene wirtschaftliche Situation zu verbessern. Dazu wünscht sich Netzwerkkordinator Markus Pfeifer vor allem eine stärkere Anerkennung für die Arbeit der *Arbeitgebermarke EIFEL* aus der Politik und die Unterstützung von regionalen Wirtschaftsförderern sowie eine bessere Einbindung in die Aktivitäten der Landkreise, um die Position des Netzwerks im Werben um neue Mitglieder zu verbessern.

Die Fachkräftenetzwerke und ihr Angebot in den Regionen

Ein Blick in die Entstehungsgeschichte der Fachkräftenetzwerke zeigt, dass es zwei Wege der Gründungen gibt: Fachkräftenetzwerke entstehen oftmals, indem sich einige lokale Akteure (oft unter Beteiligung von Unternehmen) zusammensuchen, um ein spezifisches Problem anzugehen. Solche Netzwerke verfügen überwiegend über geringe Mittel, sind auf einen geringeren Radius beschränkt und auf ein Thema oder wenige Themen fokussiert.

Ein anderer Weg ist, dass öffentliche Akteure, wie die örtlichen Niederlassungen der *Bundesagentur für Arbeit*, Wirtschaftsförderer und Regionalverbände, die Initiative ergreifen und ein Netzwerk etablieren; dieses ist dann eher für ein größeres Gebiet zuständig und bearbeitet vielfältigere Themen. Einige Fachkräftenetzwerke sind beispielsweise für ein ganzes Bundesland zuständig.

Die Befragung der Partner der Fachkräftenetzwerke hat gezeigt, dass viele Arten von Partnern in die verschiedenen Netzwerke involviert sind. Sie stammen aus Unternehmen, aus regionalen Wirtschaftsförderungen, aus Hochschulen und Industrie- und Handelskammern oder Handwerkskammern; aber auch Schulen, Gewerkschaften und die örtlichen Niederlassungen der *Bundesagentur für Arbeit*, sind beteiligt. Insgesamt sind die antwortenden Partner hoch engagiert: 73 Prozent wollen sich künftig im gleichen Maß engagieren wie bisher, 11 Prozent wollen ihr Engagement steigern und nur 6 Prozent wollen es verringern oder aufgeben. 20 Prozent der befragten Partner engagieren sich schon seit zehn oder mehr Jahren im Netzwerk.

Breit aufgestellte und fokussierte Netzwerke bestehen parallel

Abbildung 4.2 zeigt die Ziele, welche die befragten Netzwerke verfolgen. Immerhin ein Viertel der Netzwerke gab an, alle in der Onlineumfrage genannten Ziele zu verfolgen, sich der Fachkräftesicherung also in allen Facetten zu widmen.