

Quelle: POSITION. Das IHK Magazin für Berufsbildung

Datum: 06.07.2021

Seite: 20 - 22



Die Eifel – hier das Schalkenscheider Maar – ist bekannt für ihre vulkanisch geprägte Natur in dem an Belgien und Luxemburg grenzenden Mittelgebirge. Doch die Region hat mehr zu bieten als schöne Landschaften. In vielen Unternehmen, 40 von ihnen vermarkten sich gemeinsam als attraktive „EIFEL Arbeitgeber“ und werten so Azubis und Fachkräfte gewinnen.

Firmen-Netzwerk lockt Fachkräfte aufs Land

Wie können Betriebe in ländlichen Regionen auch in Zukunft ihren Bedarf an gut ausgebildeten Mitarbeitern sichern? Knapp 40 Unternehmen aus der Eifel machen es vor. Sie haben sich zusammengeschlossen und werben unter einer Regionalmarke gemeinsam um Auszubildende, Fach- und Führungskräfte.



Herbert Zahnen, Inhaber der Zahnen Technik GmbH, und Yannik Schiller, Auszubildender zum Elektromeister für Automatisierungstechnik, in der Elektrowerkstatt

Herbert Zahnen ist Unternehmer aus Leidenschaft. Mit 22 Jahren übernahm er den Elektrobetrieb seiner Eltern im Eifelort Arzfeld und machte daraus einen weltweit tätigen Spezialisten für Wasser- und Abwasserbereitung. Jahr für Jahr wächst der Umsatz der Zahnen Technik GmbH, die Auftraggeber sind gut gefüllt, und doch hat der Firmenchef ein Problem: „Es wird immer schwieriger, Fachkräfte zu finden. Um Ausbildungsplätze und freie Stellen besetzen zu können, müssen wir uns enorm anstrengen.“

Schon seit Jahren verfolgt Zahnen eine strategische Personalplanung, entwickelt attraktive Benefits, um neue Mitarbeiter zu finden und die bestehenden 130, darunter 30 Azubis, zu halten. Flexible Arbeitszeitmodelle, betriebliche Altersvorsorge, innovative Personalförderung – und doch bleibt ein Problem: Junge Menschen wandern ab, studieren und arbeiten

in der Stadt, während die erwerbstätige Bevölkerung auf dem Land schrumpft. „Wenn wir auch in Zukunft über gut ausgebildete Mitarbeiter verfügen wollen, müssen wir unsere Stärken herausarbeiten und gezielt damit werben“, sagt Zahnen, der die Idee einer eifelweiten Arbeitgebermarke auf den Weg brachte.

Inzwischen werben rund 40 kleine und mittelständische Unternehmen unter dem Dach der Arbeitgebermarke „EIFEL“ gemeinsam um Azubis, Fach- und Führungskräfte. „Wir möchten die Eifel als arbeits- und lebenswerte Region vermarkten und so der demografischen Entwicklung und dem Fachkräftemangel entgegenwirken“, erklärt Geschäftsführer Markus Pfeifer. Ob Marketing, Social-Media-Präsenz oder Messeauftritt: Ziel der „EIFEL Arbeitgeber“ sei es, die eigenen Stärken wie etwa Familienfreundlichkeit oder Führungskultur in den Fokus zu rücken – und die Vorzüge der Region,

POSITION. Das IHK-Magazin für Berufsbildung – III/2021

die mit einer breit gefächerten Wirtschaftslandschaft, günstigen Immobilienpreisen und unberührter Natur punkten könne. Pfeifer ist überzeugt: „Mit einer unverwechselbaren Arbeitgebermarke können wir junge Menschen für eine Ausbildung in der Eifel begeistern, Fachkräfte in der Region halten und neue von außerhalb gewinnen.“

DAS NETZWERK

Die Regionalmarke EIFEL GmbH wurde 2004 gegründet und zählt inzwischen mehr als 300 Mitgliedsbetriebe. Neben den „EIFEL Gasgebern“, den „EIFEL Produzenten“ und dem Bereich „EIFEL Energie“ sind die „EIFEL Arbeitgeber“ das vierte Geschäftsfeld der Gesellschaft. Alle Mitgliedsbetriebe zahlen eine Nutzungsgebühr an die Regionalmarke, die sich um die Einhaltung der geforderten Qualitätsstandards und das zentrale Marketing kümmert.

Dafür setzt sich auch die Blitburger Brauergemeinschaft ein, die mit mehr als 1.400 Mitarbeitern, davon 90 Azubis, zu den größten Arbeitgebern der Eifel zählt. „Als Familienunternehmen in siebter Generation sind wir tief in der Region verwurzelt. Es ist unser Anliegen, hier auch in Zukunft Fachkräfte auszubilden und zu beschäftigen“, sagt Personalleiter Stefan Schmitz. Die Gruppe könne zwar freie Stellen derzeit problemlos besetzen, doch die Zahl der Bewerbungen sei demografisch bedingt rückläufig, vor allem in hochqualifizierten Berufen. Grund genug, neben der Personalarbeit mit vielen Fortbildungsangeboten und Möglichkeiten zur mobilen Arbeit auch im Netzwerk der „EIFEL Arbeitgeber“ aktiv zu

werden, sich mit anderen Personalern auszutauschen und voneinander zu lernen, meint Schmitz. „Wir stellen unter Beweis, dass Schlagworte wie Wertschätzung, Nachhaltigkeit oder soziale Verantwortung keine leeren Slogans sind. Das nehmen Bewerber wahr. Gemeinsam haben wir eine hohe Strahlkraft.“

Wie wichtig die Anstrengungen des Netzwerkes sind, weiß Matthias Schmitt, Geschäftsführer Standortpolitik der IHK Trier. „Für die hiesige Wirtschaft ist der Fachkräftemangel die größte Herausforderung“, betont der Experte. Laut Konjunkturumfrage der Kammer aus dem Frühjahr 2021 sehe die Hälfte aller Unternehmen darin einen Hauptrisikofaktor für die eigene wirtschaftliche Entwicklung. „Der Arbeitsmarkt ist leergefegt, in weiten Teilen herrscht Vollbeschäftigung und täglich pendeln mehr als 30.000 Arbeitnehmer nach Luxemburg“, erläutert Schmitt, und auch der Ausbildungsmarkt biete aktuell wenig Grund für Optimismus. Rund 1.700 neue Ausbildungsverträge wurden 2020 im IHK-Bereich geschlossen, fast elf Prozent weniger als im Vorjahr. „Das kann mit dazu führen, dass sich der Fachkräftemangel nach Corona noch einmal drastisch verschärft“, warnt Schmitt, der deshalb jede Initiative begrüßt, die die Region als Standort innovativer und attraktiver Arbeitgeber bekannter macht.“

So wie die „EIFEL Arbeitgeber“. „Über das Fachkräftenetzwerk und die zentrale Online-Jobbörse haben schon einige Bewerber zu uns gefunden“, freut sich Initiator Herbert Zahnen und appelliert an alle Mitstreiter: „Erfolg hat drei Buchstaben: Tun.“ Sylvia Rollmann

ARBEITGEBERMARKE STÄRKEN – SO GELINGT'S! Das lehren die EIFEL-Arbeitgeber:

Employer Branding. Ob Pressearbeit, Messeauftritt, Karrierewebsite oder Social-Media-Präsenz: Unter einer gemeinsamen Arbeitgebermarke arbeiten die Mitgliedsbetriebe an einem effektiven Employer Branding. Vor allem kleinere und weniger namhafte Unternehmen haben im Verbund bessere Chancen, eine glaubwürdige, unverwechselbare Marke aufzubauen, ihren Bekanntheitsgrad zu steigern und potenzielle Bewerber auf sich aufmerksam zu machen.

Regelmäßige Zertifizierungen. Dabei prüfen unabhängige Institute fest definierte Kriterien wie Familienfreundlichkeit, Work-Life-Balance, Personalmanagement oder Führungskultur. Damit stellen die Unternehmen für verlässliche Qualitätsstandards, können sich von anderen Wettbewerbern im Arbeitsmarkt abheben und entwickeln sich kontinuierlich weiter.

Benefits. Auch mit attraktiven Zusatzleistungen wollen Betriebe das Interesse von Arbeitssuchenden wecken. Beliebte sind Unternehmen, die Benefits wie flexible Arbeitszeiten, Homeoffice, betriebliche Kinderbetreuung oder Gesundheitsleistungen bieten. Auch Kriterien wie ein gutes Arbeitsklima, Wertschätzung und das Gefühl, einer sinnvollen Tätigkeit nachzugehen, werden Bewerbern immer wichtiger und können die Arbeitgebermarke stärken.



» Mit einer unverwechselbaren Arbeitgebermarke können wir junge Menschen für eine Ausbildung in der Eifel begeistern, Fachkräfte in der Region halten und neue von außerhalb gewinnen. «

Markus Pfeifer, Geschäftsführer der Regionalmarke EIFEL