

40 Mitglieder erarbeiten Maßnahmen gegen Fachkräftemangel bei Unternehmen

Arbeitskreis Fachkräftmarketing will Image der Region verbessern

30.04.2010 • Jedes siebte Unternehmen in Deutschland sieht im Fachkräftemangel das größte Risiko für den kommenden Aufschwung. Das ergab die aktuelle Konjunkturumfrage des Deutschen Industrie- und Handelskammertages. Bereits 2007 ermittelte das Münchner ifo Institut für Wirtschaftsforschung, dass jedes zweite Unternehmen in Deutschland hoch qualifizierte Stellen nicht besetzen kann, da geeignete Bewerber fehlen. Die betroffenen Unternehmen müssen Aufträge ablehnen und Investitionen verschieben. Sieben Prozent erwägen sogar, wegen des Fachkräftemangels Betriebe ins Ausland zu verlagern. Damit es in Mittelhessen nicht soweit kommt, gründete das Regionalmanagement Mittelhessen gemeinsam mit Unternehmen, Kammern und regionalen Wirtschaftsförderern, Wissenschaftlern und Arbeitsmarktexperten den „Arbeitskreis Fachkräftmarketing“.

Die 40 Mitglieder aus Unternehmen, Wissenschaft, Kammern und Verbänden wollen in den nächsten Monaten Maßnahmen erarbeiten, mit denen Fachkräfte für den Standort Mittelhessen interessiert werden können. Der Fokus liegt dabei darauf, das Image Mittelhessens als Lebens- und Arbeitsort attraktiver zu machen und so Unternehmen bei der Gewinnung von neuen Mitarbeitern aus dem Bundesgebiet und dem europäischen Ausland zu unterstützen.

Der Arbeitskreis will einen Maßnahmenkatalog erarbeiten, mit dem einem Bewerber und seiner Familie einen ersten Eindruck seines neuen Lebensumfeldes gegeben werden soll. Neben einem Flyer soll dies durch verstärkte Präsenz im Internet realisiert werden. Regionalmanager Jens Ihle macht deutlich, um was es dem Arbeitskreis geht: „Ziel ist es, Bewerber von der Region und seinen Unternehmen zu überzeugen. Das Motto muss sein: Mittelhessen hat viele Attraktionen. Hier brummt und boomt die Wirtschaft, hier wird geforscht, gearbeitet und hier wird erfolgreich an Karrieren gebastelt. Doch hier wird auch gelebt - und das nicht schlecht!“ Zielgruppe und Adressaten der Initiative sind die 55.000 Studierenden an den drei mittelhessischen Hochschulen sowie externe Fachkräfte.

Bei dem Ausbau der Internet-Präsenz geht es MitteHessen nicht darum, mit anderen Webseiten zu konkurrieren, sondern auf bestehende Angebote zu verlinken. Bei den Inhalten soll darauf geachtet werden, Mittelhessen als Technologie-Standort, aber auch als Region mit einem aktiven Freizeit- und Lebensumfeld darzustellen. Dabei sind bestehende Partnerschaften zwischen Schulen, regionalen Akteuren und Unternehmen weiter auszubauen, Initiativen in der Region zu koordinieren und Karrierewege in Mittelhessen aufzuzeigen.

„Der Wettbewerb um die besten Köpfe ist bereits im vollen Gange: Wir brauchen laut einer Studie des Instituts der deutschen Wirtschaft (IW) in den nächsten 12 Jahren 890.000 Ingenieure in Deutschland“, konkretisierte Burghard Loewe, Geschäftsführer der IHK Lahn-Dill und Mitglied des Arbeitskreises. „Dem stehen jedoch pro Jahr derzeit nur rund 45.000 Absolventen gegenüber“. Jens Ihle ergänzte: „Hier kommt es für die mittelhessischen Unternehmer darauf an, bekannt und attraktiv zu sein. Wir möchten dabei helfen!“, so Ihle, der Regionalmanager von MitteHessen e.V, der eine intelligenten Mix aus Regionalmarketing und Arbeitgebermarkenbildung (Employer Branding) dagegen setzen will.



Lesen Sie in der rechten Spalte und hier (Fortsetzung) ein Interview mit Regionalmanager Jens Ihle (rechts) und Prof. Dr. Rüdiger Kabst (links), BWL–Professor an der Justus-Liebig-Universität Gießen mit den Forschungsschwerpunkten Personalmanagement, Mittelstand und Entrepreneurship und Mitglied im Arbeitskreis Fachkräftemarketing.

Wie sehen das die Unternehmen, gibt es positive Beispiele bei DAX-Unternehmen?

Kabst: Auch wenn viele Unternehmen auf den „Employer Branding-Zug“ aufgesprungen sind, so ist – auch unter den großen Unternehmen – die Professionalisierung des Employer Brandings noch stark ausbaufähig. So konnten wir im Rahmen unserer letztjährigen Cranet-Unternehmensbefragung ermitteln, dass zwar 76% der Unternehmen Employer Branding betreiben, allerdings 80% dieser Unternehmen keine spezialisierte Stelle dafür besitzen. Der Nachholbedarf ist daher auf dieser Front noch immens. Positivbeispiele aus den Dax-Unternehmen stellt u.a. die Lufthansa dar, da sie kontinuierlich ihre Arbeitgebermarkenidentität herausarbeitet und sich auf relevante Kernbotschaften in der Kommunikation konzentriert. Ein weiteres

Positivbeispiel stellt die Robert Bosch GmbH dar, die ihre „Employer Value Proposition“ also ihre zentralen Nutzenversprechen für potenzielle Bewerber sogar auf internationaler Ebene entwickelt und an die jeweiligen Zielgruppen angleicht.

Wie sieht Ihre Idee konkret aus? Wer macht mit?

Ihle: Wir möchten in naher Zukunft eine gemeinsame Kommunikationsstrategie mit Hochschulen und Personalverantwortlichen entwickeln und umsetzen. Perspektivisch möchten wir eine regionale Online-Karriere-Plattform realisieren, die sich an die 55.000 Studierenden an den drei Hochschulen der Region und externe Fachkräfte gleichermaßen richtet und diesen Karriere-Chancen in heimischen Unternehmen aufzeigt. Dazu gehört es auch, die neuen Möglichkeiten der sozialen Netzwerke im Internet gezielt zu nutzen. Um das Angebot möglichst umfangreich und damit attraktiv gestalten zu können, müssen möglichst viele Akteure sich daran beteiligen. Deshalb werden wir bestehende Kontakte zu Schulen und Hochschulen vor diesem Hintergrund intensivieren und versuchen, noch mehr regionale Akteure und Unternehmen mit ins Boot zu holen.

Für die erfolgreiche Umsetzung eines Regionalmarketings ist es ein fruchtbarer Weg, Erkenntnisse aus den Forschungszentren mit den Praxiserfahrungen der regional ansässigen Unternehmen zu spiegeln. Dadurch wird es möglich, auf effiziente Weise ein nachhaltig tragfähiges Konzept zur Positionierung der Region Mittelhessen zu entwickeln. MitteHessen als Netzwerk aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik ist eine ideale Plattform für ein solches Vorhaben.

Letzte Aktualisierung: 24.11.2010, 12:30 Uhr