

Mitarbeiter ins Land ziehen

Die Standortinitiative Genius Göttingen sucht im Verbund nach Fachkräften für die Region

Göttingen/kbo Süd-niedersachsen setzt auf eine regionale Marketingkampagne. Beteiligte Unternehmen, wie die KWS Saat AG, hoffen, darüber Fach- und Führungskräfte für ein Leben und Arbeiten auf dem Land gewinnen zu können.

Deutschland wird ein Fachkräftedefizit attestiert. Etwa eine Viertelmillion Akademiker soll in den kommenden fünf Jahren in den so genannten MINT-Berufen (Mathematik, Informatik, Natur- und Technikwissenschaften) fehlen, hat das Institut der deutschen Wirtschaft errechnet. Schon jetzt stehen Unternehmen in Konkurrenz um die „wenigen“ qualifizierten Absolventen. Unternehmen, die im ländlichen Raum angesiedelt sind, haben es oft doppelt schwer. Denn der begehrte, gut ausgebildete Nachwuchs bevorzugt nach Angaben des Wirtschaftsforschungsinstituts Prognos Städte und Ballungszentren.

Regionales Willkommenspaket

Die Standortinitiative Genius Göttingen will genau diesem Problem entgegenreten. „Wir freuen uns auf Sie“ steht auf dem Willkommenspaket, das Fachkräften, die sich auf eine Arbeitsstelle in Südniedersachsen beworben haben, zum Bewerbungsgespräch überreicht wird. Mit Eichselfelder Mettwurst, ei-

nem Gutscheinpäckchen und einer Imagebroschüre will die Initiative potenziellen Mitarbeitern die Region schmackhaft machen.

Gemeinsame Finanzierung

62 Unternehmen – von der Georg-August-Universität Göttingen über die KWS Saat AG bis zur Südniedersachsen-Stiftung – beteiligen sich mittlerweile an dem vor knapp zwei Jahren gestarteten Projekt. Ziel ist es, die Gegend national und international bekannter zu machen und Fach- und Führungskräfte für die Region zu interessieren. Die beteiligten Unternehmen finanzieren das Marketingkonzept gemeinsam mit Land und Kommunen.

Vor Kurzem wurde das Jobportal freigeschaltet. Es hält bisher 45 Angebote bereit. Mit dabei ist die KWS Saat AG Einbeck, die einen Trainee für den Vertrieb Zuckerrübe sucht. Für Elke Dahms von der KWS-Personalabteilung ist die Initiative interessant, weil sie sich „ganz konzentriert und ganz lokal“ auf die Region ausgerichtet hat. Das sei eine gute Ergänzung zu den großen Suchmaschinen, wie „monster.de“, und auch zu der Veröffentlichung auf der Homepage. „Darüber werden wir schneller aufgefunden“, hofft Dahms. Ein wichtiger Bestandteil des Projekts sind die so genannten Guides: Fachkundige „Altein-

gesessene“ wie Sylvia Messow helfen bei der Suche nach Informationen, die wichtig für die Entscheidung zum Jobwechsel sind. Ehrenamtlich unterstützt Sylvia Messow bei der Sondierung des Wohnungsmarktes, der Suche nach Schule und Sportverein und – nach geglückter Anwerbung – bei den notwendigen Amtsgängen. Die KWS Saat AG hat auf diesen Service bereits zurückgegriffen. „Gerade bei Behördengängen und für Mitarbeiter, die aus dem Ausland kommen, kann das sehr hilfreich sein“, sagt Elke Dahms.

Langfristige Wirkung erhofft

Mehr als 500 Willkommenspakete hätten die beteiligten Unternehmen bisher genutzt und etwa 20 „Betreuungsfälle“ seien bisher für die Guides angefallen, berichtet Dr. Klaus Heinemann, Projektmanager der Standortinitiative Genius Göttingen. Ob das jetzt schon eine Maßzahl für den Erfolg sein kann, bezweifelt Heinemann. Denn das Marketingprogramm sei langfristig angelegt und die wahre Wirkung werde sich erst nach einigen Jahren zeigen, ist er überzeugt. Einen Hinweis, dass Genius Göttingen damit auf dem richtigen Weg ist, gebe es aber schon. Nachbarregionen begannen, das Konzept zu kopieren, so Heinemann.



Mt vereinten Kräften wollen Ehrenamtliche wie Sylvia Messow (vorne) und Unternehmensvertreter von Genius Göttingen Fachkräfte für ihr Bundesland begeistern.

Foto: Genius Göttingen