

Regionalmarketing – ein Instrument gegen Fachkräftemangel

# Hilfe auf der Suche nach „klugen Köpfen“



In Zeiten von konjunkturellem Abschwung und Kurzarbeit könnte man meinen, dass auch der „Fachkräftemangel“ zurückgeht – doch weit gefehlt: „Mittelfristig wird der Fachkräftemangel viel elementarer als die Wirtschaftskrise sein“, fasst Judith Wüllerich von der Bundesagentur für Arbeit (BA) zusammen. Denn: Wirtschaftskrise hin oder her – Deutschland gehen Ingenieure und Fachkräfte aus. Schon jetzt können tausende Ingenieurstellen nicht besetzt werden. Der Fachkräftemangel verschärft sich zunehmend. Insbesondere klein- und mittelständische Unternehmen in strukturschwachen Regionen klagen vermehrt über Probleme bei der Stellenbesetzung. Aber: es gibt durchaus Möglichkeiten, dem Mangel an qualifiziertem Personal entgegenzusteuern. Ein effizientes Instrument im Kampf gegen den Fachkräftemangel findet sich im Regionalmarketing. In Südniedersachsen wirbt die Regionalmarke geniusgöttingen gezielt um Fach- und Fachführungskräfte und erfreut sich immer größerer Beliebtheit bei potenziellen Arbeitnehmern und Unternehmen.

In einer schrumpfenden und alternden Bundesrepublik sehen sich Unternehmen und Regionen zunehmend einem verschärften Wettbewerb um Fachkräfte ausgesetzt. Getreu dem Motto „des Einen Freud, des Anderen Leid“ wird es einigen Regionen auf Grund ihrer größeren Attraktivitätspotenziale leichter fallen, Fachkräfte in die Region zu bekommen, als Anderen. Der Fachkräftemangel hat somit zwangsläufig Auswirkungen auf Regionen – unattraktive Problemregionen werden in der Folge umso mehr leiden, attraktive Wachstumsgebiete dagegen profitieren. Schon heute sind einzelne Standorte durch einen hohen Altersdurchschnitt geprägt und von Abwanderungen betroffen, während andere Teilregionen wiederum Bevölkerungszuwächse verzeichnen und als Wirtschaftsstandort sehr attraktiv sind. Für die Regionen ist es unumgänglich ausreichend Wachstums- und Differenzierungspotenziale für die eigene Region zu entwickeln und entsprechende Instrumente, Projekte und Maßnahme gegen den Fachkräftemangel zu initiieren.

Ein verschärfter Wettbewerb um „kluge Köpfe“ führt dazu, dass junge und qualifizierte Arbeitnehmer in Zeiten des Fachkräftemangels zukünftig vor der Qual der Wahl stehen, für welchen Arbeitsplatz, in welchem Unternehmen und an welchem Standort sie sich entscheiden. Bei diesem Entscheidungsprozess spielt neben den Perspektiven im Unternehmen ganz sicher auch die Attraktivität des Standortes als Arbeits- und Lebensraum eine entscheidende Rolle. Die Lebensbedingungen am Wohnort, d.h. die weichen Standortfaktoren wie Freizeit- und Kulturangebot oder das allgemeine Image einer Region gewinnen zunehmend an Bedeutung.

Vor diesem Hintergrund sind insbesondere die strukturschwachen – als unattraktiv geltenden – Regionen gefordert, ihr negatives Image als unattraktive Arbeits- und Lebensregion aufzupolieren und der rückläufigen Bevölkerungsentwicklung mit entsprechenden Angeboten zu begegnen. Eines dieser Angebote mit deren Hilfe das Image einer Region mit guten Job- und Lebensperspektiven für Arbeitnehmer vermittelt werden können findet sich im Regionalmarketing. Durch ein auf die Zielgruppe Arbeitnehmer ausgerichtetes Regionalmarketing haben Regionen die Möglichkeit ihre eigenen Potenziale gebündelt darzustellen und diese der Zielgruppe Arbeitnehmern schmackhaft zu machen.

Auch die Region Südniedersachsen versucht mit der Regionalmarketingkampagne geniusgöttingen Arbeitnehmern den Standort schmackhaft zu machen. Denn: „Südniedersachsen hat ein Imageproblem. Der Region haftet seit Jahren das Image einer strukturschwachen, überalterten und für junge Leute unattraktiven Region an. Die Region ist bei Arbeitnehmern überhaupt nicht im Fokus, was die Suche nach geeignetem Personal zusätzlich und oft unnötig erschwert“, fasst Karsten Ley von der SüdniedersachsenStiftung die Problemlage der Stellenbesetzung südniedersächsisches Unternehmen zusammen. Laut Ley spiegelt das Image die Realität nicht ganz getreu wieder: „Unsere Region hat einiges mehr zu bieten, als ihr Ruf vermuten lässt. Wir sind durchaus eine attraktive Region für potenzielle Arbeit-

nehmer. Wir beheimaten eine Reihe von hochinteressanten klein- und mittelständischen Unternehmen sowie Weltmarktführer aus Zukunftsbranchen wie Medizintechnik, Laser- und Messtechnik, Biotech und IT. Darüber hinaus verfügen wir über ein ausgezeichnetes Freizeit- und Kulturangebot. Insbesondere junge Familien finden hier ein hervorragendes Angebot“ stellt Ley klar und verweist dabei insbesondere auf die unternehmerischen Innovationsstärken sowie die hohe Lebensqualität des Wissenschafts- und Wirtschaftsstandort Südniedersachsens.

Mit Hilfe der Initiative geniusgöttingen versuchen bisher 58 Partner aus Wirtschaft, Wissenschaft und Verwaltung gezielt den Zustrom von Fach- und Führungskräften in die Region Südniedersachsen anzuregen, indem die guten Job- und Lebensperspektiven beworben werden. Aber das ist nicht alles: „Mit geniusgöttingen wollen wir Aufklärungsarbeit leisten, die regionale Identität stärken, die guten Perspektiven in der Region aufzeigen, den Bekanntheitsgrad Südniedersachsens erhöhen und dessen Image aufbessern“ fasst Karsten Ley die Ziele von geniusgöttingen zusammen. In weiteren Phasen der Marketingstrategie, geht es um die forcierte Positionierung Südniedersachsens als Wissenschafts- und Wirtschaftsraum.

geniusgöttingen ist aber keine reine Imagekampagne, sondern setzt ganz pragmatisch auf nachhaltig wirkende Maßnahmen, die den Partnern direkten Nutzen bringen und Anwendung im Unternehmen finden. Als ein Instrument zur Mitarbeiteranwerbung hat die Initiative den Partnern beispielsweise das sogenannte Willkommenspaket kreiert, das Bewerbern überreicht werden kann. Neben Imagebroschüre und Gut-scheinen zum Testen regionaler Angebote findet sich darin ein charmanter Mix aus regionalen Köstlichkeiten als Vorgeschmack auf die Region. Verlockungen für die möglichen Mitarbeiter und deren Familien, denn für sie spielt das Lebensumfeld bei der Entscheidung für einen Standort eine wichtige Rolle. Zudem setzt geniusgöttingen Service-Guides ein. Das sind ehrenamtliche Ortskundige, die den Eingliederungsprozess von Bewerbern aktiv begleiten und unterstützen. Das Serviceportal [www.geniusgöttingen.de](http://www.geniusgöttingen.de) hilft Neuankömmlingen in der Region, indem gezielt Informationen zu den Schlüsselthemen „Arbeit“, „Bildung“, „Wohnen“, „Kultur“ und „Freizeit“ vermittelt werden. Plakatierungen und Promotionaktionen am Bahnhof unter dem Motto „Bleiben Sie doch gleich hier“ oder „Versetzungsgefahr“ sind weitere Bausteine, die potenzielle Fachkräfte direkt ansprechen und aktiv für den Standort Südniedersachsen bewerben. Darüber hinaus fahren, in Kooperation mit regionalen Speditionen, Trucks mit der Botschaft „Wir suchen kluge Köpfe“ quer durch Europa.

Die Rückmeldungen von Unternehmen, Landkreisen und Institutionen zeigen, dass geniusgöttingen auf einem guten Weg ist. Die Maßnahmen unterstützen direkt und praktisch die Mitarbeiteranwerbung, bereichern den Auswahlprozess, unterstützen die Entscheidungsfindung von Fachkräften positiv und wirken dem Fachkräftemangel aktiv entgegen. Im Regionalmarketing findet sich also eine effiziente Strategie im „war for talents“.

Ihre Ansprechpartner zum Thema:  
**Marc Diederich**  
 Tel.: (05527) 84 81 97 8  
 Fax: (05527) 84 83 36 08  
[Marc.Diederich@suedniedersachsenstiftung.de](mailto:Marc.Diederich@suedniedersachsenstiftung.de)