

NN 29.02.2008

WIRTSCHAFT

Neugierig auf Nürnberg machen²

Die Unternehmen der Region positionieren sich im Wettstreit um Fachkräfte

Die Stadt Nürnberg, die Nürnberger Initiative für die Kommunikationswirtschaft (NIK) und Unternehmen aus der Region haben eine Imagekampagne gestartet, um im Wettstreit um die derzeit raren Fachkräfte zu punkten. Mit einer Homepage und Faltblättern wollen sie Bewerbern „Lust auf Nürnberg“ machen.

NÜRNBERG – Bei Vorstellungsgesprächen hat Götz-Rüdiger Müller, Leiter des Personalwesens bei der Leistritz AG, eine Erfahrung gemacht: „Wer Nürnberg kennt, kommt auch gerne hierher.“

Doch leider ist bundesweit der Bekanntheitsgrad der mittelfränkischen Metropole und ihrer Umgebung unter Hochqualifizierten nicht sehr hoch. Die Stadt Nürnberg, die NIK und rund 25 Unternehmen starteten deswegen die Initiative „Fachkräfte

für Nürnberg“, mit der man der Zielgruppe die Vorteile der Region – gerade in Konkurrenz zu anderen Standorten, die ebenfalls um qualifizierte Kräfte werben – näherbringen will. „Wir sind da in keiner Sonder-situation, aber es herrscht eben ein Verteilungswettstreit um die besten Köpfe“, erklärt Nürnbergs Wirtschaftsreferent Roland Fleck.

Auch das Umfeld ist wichtig

Im Blick hat die Initiative zum einen die „young professionals“ – also junge Leute zwischen 20 und 30 Jahren mit einer sehr guten Ausbildung, die flexibel sind und noch kaum oder gar keine Berufserfahrung haben. Zum anderen richtet sie sich an 30- bis 45-Jährige, die schon länger im Erwerbsleben stehen und denen ein familienfreundliches Umfeld sehr wichtig ist. In Zeiten, in denen die

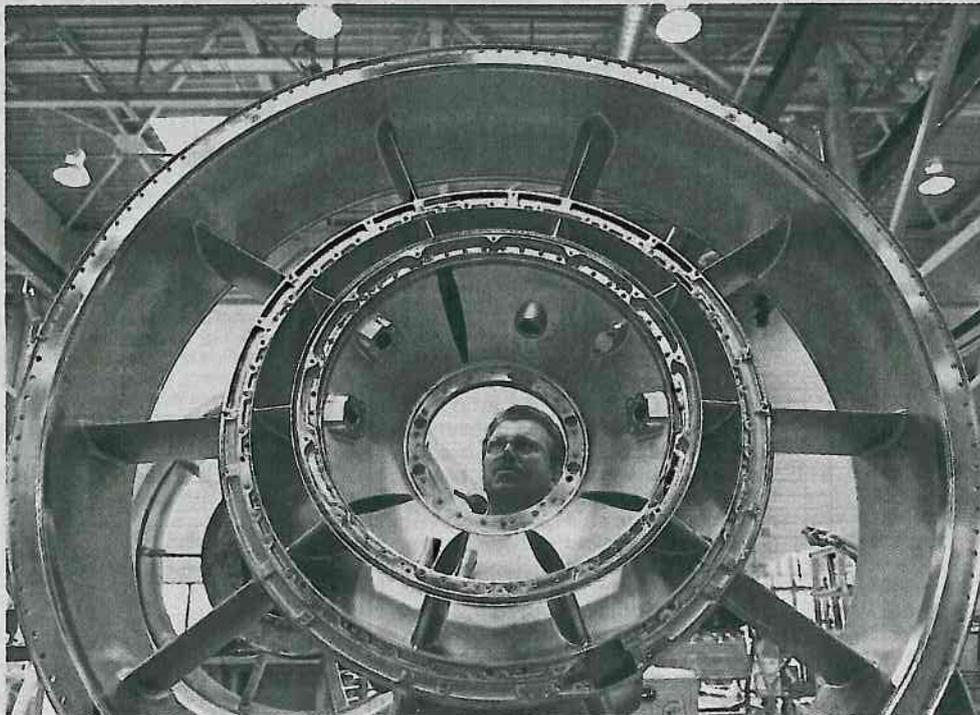
Zahl der offenen Stellen steigt, ist für die Jobsuchenden nicht nur der Arbeitgeber wichtig, sondern sie können auch beim Umfeld wählerischer sein. „Die Menschen möchten nach Feierabend noch was erleben“, sagt Michael Nordschild, Geschäftsführer der NIK.

Darauf reagiert auch die Initiative: Sie richtet sich mit einer Internetseite an ortsunkundige Bewerber und informiert dabei nicht nur über die hiesigen Firmen, sondern verweist beispielsweise auch auf Sportmöglichkeiten und Musikfestivals. „Wir wollen die potenziellen Arbeitnehmer neugierig machen. Ihnen sagen, dass man hier – im Vergleich etwa zu München – günstig leben kann, aber gleichzeitig eine sehr gute Infrastruktur und ein breites Freizeitangebot vorfindet“, so Nordschild.

Zweiter Baustein der Kampagne sind Faltblätter, welche die Firmen ihren Bewerbern zum Beispiel mit der Einladung zum Vorstellungsgespräch zuschicken können. Hier erfährt der mögliche „Neu-Nürnberger“ unter anderem, wie viele Unternehmen hier angesiedelt sind, aber auch die Zahl der Kindergartenplätze und der Brauereien in Franken.

In Planung sind außerdem ein Willkommenspaket für diejenigen, die sich nach Nürnberg bewerben, aber auch die Präsenz auf Recruiting-Messen oder das Erstellen eines Begleitprogramms für Familien, die mit zum Vorstellungsgespräch anreisen. Darüber hinaus sucht die Initiative weitere Unternehmen, die sich ideell und/oder finanziell an der Aktion beteiligen.

KATRIN MERKEL



Fachkräfte – wie hier ein Mechaniker von Rolls Royce – sind deutschlandweit begehrte. Nürnberg versucht mit einer eigenen Homepage, Hochqualifizierte für sich zu begeistern. Foto: dpa

@ Informationen im Internet unter www.hi-potential.de