

NZ 29.02.2008

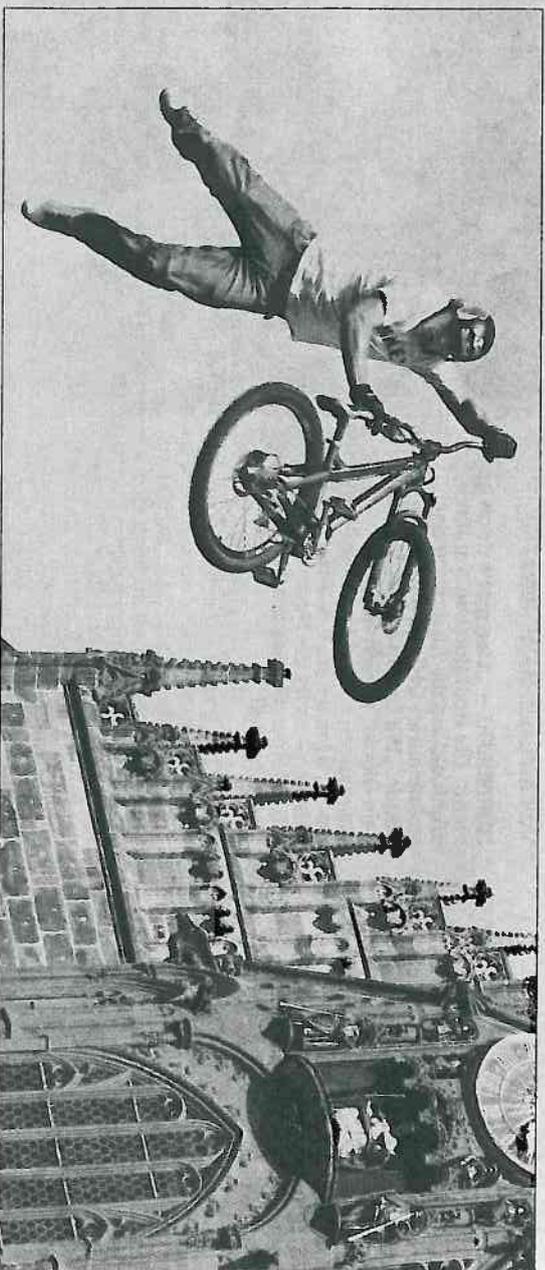
Initiative für Fachkräfte stößt ein „Online-Tor nach Nürnberg“ auf

Virtuelles Werben um die besten Köpfe

NÜRNBERG – Flocke ist dabei, der Club (noch?), die Burg und der Business-Tower. Aber auch Kultur, Kneipen und Kirchweihen: Mit einem bunten Online-Kaleidoskop fügt Nürnberg seinen Image-Bemühungen – Motto: Weg von Butzenscheiben – und Lebkuchenromantik – einen neuen Baustein hinzu. Zielgruppe: Junge, gut ausgebildete Fachkräfte (Young Professionals) und solche, die sich bereits im Beruf bewährt haben und neue Herausforderungen suchen.

Nürnbergs Wirtschaftsfreierent Roland Fleck formuliert es drastisch: „Es hat bereits eine Art Verteilungskampf um die besten Köpfe begonnen.“ Da nehme Nürnberg keine Sonderstellung ein. Vor allem in den technischen Berufen zeichne sich allenthalben ein gravierender Fachkräftemangel ab. Jedes zweite Unternehmen in Deutschland könne derzeit hoch qualifizierte Stellen nicht besetzen.

Deshalb müssten Stadt und Unternehmen gemeinsam zeigen, dass sie potenziellen Bewerbern mehr zu bieten haben, als nur Arbeits- und Karrierechancen in Traditions- und Zukunftstechnologien. Gemeinsam mit der Nürnberger Initiative für die Kommunikationswirtschaft (NIK) und verschiedenen Unternehmen wurde die Initiative „Fachkräfte für Nürnberg“ auf den Weg gebracht. Die Webseite www.hi-potential.de und ein bunter Flyer sind die ersten Bausteine der Werbekampagne. Weitere sollen folgen.



Wer beruflich hoch hinaus will, ist in Nürnberg an der richtigen Stelle. Aber auch die „weichen“ Standortfaktoren wie Kulturelles, Sportliches oder Kulinarisches locken. Potenziellen Job-Bewerbern soll dies dank „Hi-Potential!“

„Schön wirken und provokant sein“ soll der von zwei jungen Mediengestaltern der Ohn-Hochschule konzipierte Internet-Auftritt, sagt NIK-Geschäftsführer Michael Nordtschid. Nicht als Konkurrenz zu bestehenden Internet-Angeboten, sondern als Chance, bestehende Angebote zu verlinken, steht er der Webseite. „Es sollen noch viele Firmen mitmachen“, sagt Rico Sven Winkels von der Datev-Personalstrategie. Er hat wie viele der 25 bislang beteiligten Firmenvertreter die Erfahrung gemacht, dass das Image Nürnbergs bei vielen Job-Bewerbern nicht das beste ist. „Viele wissen nicht mal, dass wir eine U-Bahn haben“, fügt Nordtschid an.

Das soll sich ändern. Und deshalb sucht die Fachkräfte-Initiative nicht nur Firmen als Sponsoren, sondern auch solche, die ihr Web-Angebot mit „hi-potential“ verlinken. Oder den Flyer bei der Mitarbeiter-Werbung einsetzen. Oder Ideen für weitere Projekte einbringen. Derzeit ist etwa an ein „Willkommens-Paket“ für Job-Bewerber gedacht. Oder an Tipps für einen Stadtrundgang in 90 Minuten – ehe nach dem Bewerbungsgespräch der Flieger wieder abhebt. Ein witziges Bild zum Thema Bratwurst wird übrigens auch noch gesucht.

➔ www.hi-potential.de

Gabi Wald-Hauf

Foto: Fengler