

Wie Firmen auf dem Land um Personal werben

Viele Bewerber möchten am liebsten in der Stadt arbeiten. Das bekommen zumindest viele Unternehmen im ländlichen Raum zu spüren, die sich oft besonders um neue Arbeitnehmer bemühen müssen. Dabei gehen sie bisweilen recht ungewöhnliche Wege.

von Laura Frommberg



Unternehmen aus dem ländlichen Raum müssen sich oft besonders um Bewerber bemühen.

KÖLN. Als Hossein Gouhari Mitte Oktober einen Präsentkorb zugeschickt bekam, staunte er nicht schlecht. Der Absender: der südniedersächsische Prothesenhersteller Otto Bock, bei dem er sich gerade um einen Job beworben hatte. Der Inhalt: Göttinger Rotwein, edles Salz aus dem Harzer Bergwerk und eine echte Eichsfelder Mettwurst - alles regionale Spezialitäten. "Da war ich beeindruckt", sagt Gouhari. "Von anderen Arbeitgebern kannte ich so etwas nicht." Das Unternehmen, bei dem der 30-Jährige seit November arbeitet, leidet unter Fachkräftemangel. Und es ist eine von 64 Firmen des Regional-Marketing-Projekts Genius Göttingen, das hinter der Idee mit dem Präsentkorb steckt.

Genius Göttingen will dem Mangel an Fach- und Führungskräften in der Region entgegenwirken - viele potenzielle Bewerber kennen den Standort nicht. Das liegt, so Marc Diederich, Regionalmanager bei Genius Göttingen, auch daran, "dass es bei uns keinen Großkonzern gibt, mit dem jeder die Region verbindet".

Es sind vor allem Mittelständler die dort arbeiten - und unter dem Stigma der strukturschwachen Region leiden. "Wenn jemand Wolfsburg hört, denkt er an Volkswagen. Bei Duderstadt, Northeim oder Osterode wissen die meisten nicht einmal, wo genau es liegt", sagt Diederich. Dabei ist Otto Bock in der Prothetik weltweit Marktführer.

Der Nachwuchs steht auf Städte Das Standortproblem betrifft nicht nur Südniedersachsen: Der Karriereatlas des Wirtschaftsforschungsinstituts Prognos zeigt, dass junge Fach- und Führungskräfte hauptsächlich Städte und Ballungszentren als Top-Gegenden wahrnehmen. In ländliche Regionen zieht es sie dagegen kaum. Unternehmen in diesen Gegenden setzen deshalb verstärkt auf gemeinsames Regionalmarketing.

In Niederbayern und Oberfranken arbeiten Unternehmen im "IT-Forum" und im "Personet Oberfranken" zusammen. Die Netzwerke sehen sich in erster Linie als Ansprechpartner für die Unternehmen. "Es geht darum, dass potenzielle Bewerber unsere Region als attraktiven Standort wahrnehmen", so Nadine Schoberth, Geschäftsführerin von Personet. Für Schoberth entscheidet auch das Wir-Gefühl über den Erfolg der Personet-Projekte.

Auf Gemeinsinn setzt auch das IT Forum Niederbayern. Mit der IHK Passau und dem örtlichen Regionalmarketing hat sie den IT-Kompetenzatlas Niederbayern herausgebracht, in dem sich über 60 Firmen zur "Niederbayrischen IT-Landschaft" vereinen. Das Forum bietet Unternehmen auch branchenspezifische Seminare und lädt zum Erfahrungsaustausch.

Die meisten Regionalnetze beschränken sich, wie das IT-Forum und Personet, auf die Zusammenarbeit zwischen den Unternehmen. "Davon profitieren auch Arbeitnehmer", sagt Schoberth. So könne das Netzwerk etwa dafür sorgen, dass der Ehepartner eines Zugezogenen in der Region einen Arbeitsplatz findet.

Genius Göttingen ist die erste Initiative, die sich mit ihren Angeboten gezielt an potenzielle Arbeitnehmer richtet. Neben Aufmerksamkeiten wie dem Präsentkorb und Imagekampagnen auf Messen wolle man neuen Fachkräften helfen, "In der Region anzukommen", sagt Marc Diederich. Davon hat auch Hossein Gouhari profitiert. Das Jobangebot kam kurzfristig - Diederich half ihm, rasch eine Wohnung zu finden.

Gouhari liegt mit seinen 30 Jahren genau in der Zielgruppe. Doch es ist schwer, sie zu erreichen. "Die jungen Leute zieht es zunächst eher in die Metropolen", sagt Nadine Schoberth: Interessant sind auch Fachkräfte, die bereits Erfahrungen im Beruf gesammelt haben und eine Familie gründen wollen. Dann zählen statt Bars und einem guten U-Bahn-Netz die niedrigere Kriminalitätsrate und die Nähe zur Natur. Und vielleicht ja sogar die leckere Mettwurst.