

# Arbeitgeber als Markenartikel

„Pro Fachkraft Westpfalz“ mit sechs Unternehmen in Testphase – Ausweitung auf gesamte Region geplant

**Mit dem Projekt „Pro Fachkraft Westpfalz“ wolle man nicht nur ein Gütesiegel etablieren, sondern gleichzeitig die Unternehmen in der Region als Markenartikel im Wettbewerb um qualifiziertes Personal positionieren, sagt Mark Schlick, Leiter des Amtes für Wirtschaftsförderung Pirmasens und Leiter des Projekts.**

Bis September soll die Pilotphase von „Pro Fachkraft“ abgeschlossen sein, an der sich derzeit sechs Pirmasenser Unternehmen aus Industrie, Handwerk und Dienstleistung beteiligen. Der Verein Zukunftsregion Westpfalz (ZRW) ist Mitglied der Steuerungsgruppe und trägt auch die ersten Kosten des sogenannten „Brandings“. „Nach dieser Testphase mit sechs Unternehmen unterschiedlicher Art und Größe soll der Ansatz unter Regie der ZRW im Herbst als Profilierungs- und Qualifizierungsinstrument für die ganze Westpfalz und ihre

Unternehmen eingeführt werden“, so ZRW-Geschäftsführer Hans-Günther Clev.

„Vor der Herausforderung des Fachkräftemangels stehen alle Regionen, zunächst ganz unabhängig von den konkreten Bedingungen vor Ort“, sagt der Pirmasenser Oberbürgermeister Bernhard Matheis mit Blick auf das Projekt. Wer im Wettbewerb auf sich aufmerksam machen wolle, müsse sich erst einmal folgende Frage beantworten können: „Wie gut bin ich als Arbeitgeber wirklich?“ Und wenn sich die Unternehmen dabei „gut aufstellen“, bringe das einen positiven Schub für die gesamte Stadt. Und später auch für die gesamte Region.

Die Initiative „Pro Fachkraft Westpfalz“, die von der Wirtschaftsförderung Pirmasens angestoßen worden sei und vom Land Rheinland-Pfalz sowie der ZRW unterstützt werde, habe „technisch den Charakter eines ‚Audits‘“, so Projektleiter Schlick. Als „Audit“ bezeichnet man Untersuchungsverfahren, die helfen sollen, etwas mit Blick auf die Erfüllung von Anforderungen und Richtlinien zu bewerten, oft in Form eines Qualitätsmanagements. Die Umsetzung liegt in den Händen von Horst Anschütz, der als freier Personalberater mit der Weider AG aus Bad Homburg zusammenarbeitet, einem Zusammenschluss unabhängiger Personalberatungsunternehmen.

„Wir haben mit einem sehr umfangreichen Fragenkatalog sowohl die Selbsteinschätzungen der Unternehmen als auch ihrer Mitarbeiter intensiv evaluiert. Das war schon ein recht aufwendiger Prozess, nicht unähnlich einem Zertifizierungs-Audit“, sagt Anschütz. Dabei gehe es nicht nur um die Innensicht der Unternehmen, sondern auch um den Abgleich mit der Beurteilung durch deren Mitarbeiter. „Das ist ganz klar eine Stärken-Schwächen-Ana-



Das Projekt soll als Gütesiegel für westpfälzische Unternehmen etabliert werden.

lyse, die dann Grundlage für den nächsten Schritt ist: die Entwicklung einer Arbeitgeber-Marke, neudeutsch ‚Employer Branding‘, erläutert Anschütz.

Hinter dem Begriff „Employer Branding“ stehe die Einsicht, dass sich ein Unternehmen auch als Arbeitgeber wie ein

Mark Schlick: „Es gelten Bedingungen wie bei Markenprodukten.“

Markenartikel präsentieren müsse, „nicht nur als durchaus auch weltweit bekannter Anbieter von Waren oder Dienstleistungen“, so Wirtschaftsförderer Schlick. „Im Grunde gelten hier dieselben Bedingungen wie bei Markenprodukten: Was macht mich einzigartig, was habe ich Besonderes zu bieten?“ Nur seien hier nicht Konsumenten

angesprochen, „sondern die qualifizierten Fachkräfte, die ich davon überzeugen muss, dass es sich lohnt, bei mir zu arbeiten“, erläutert Schlick. Das könnten Noch-Studierende, frische Absolventen, aber auch gestandene Praktiker sein, wobei sich der Begriff „Fachkraft“ ausdrücklich nicht nur auf akademisch Ausgebildete beschränke. „Handel, Dienstleister, Handwerk und Industrie sind gleichermaßen auf Fachkräfte angewiesen. Ausbildung, Abschlüsse und beruflicher Werdegang müssen nur eines sicherstellen: Qualifikation.“

Ein Unternehmen könne heutzutage weder auf das erfahrene Personal in den älteren Jahrgängen verzichten, noch auf „die Frische, die Tatkraft und den Ideenreichtum junger Mitarbeiter“, betont Anschütz. „Beides ist für den Erfolg eines

Unternehmens unabdingbar.“ Aber gerade die gut- bis hochqualifizierten Kräfte seien es, die ihre Ansprüche an einen „Qualitätsarbeitgeber“ formulierten. Manches, wie Freizeitangebote oder öffentliche Infrastruktur, möge außerhalb des direkten Einflusses der Unternehmen liegen, sagt Schlick. „Aber flexible Arbeitsplatzmodelle im Sinne einer ‚Work-Life-Balance‘, Hilfestellung für den Partner bei der Arbeitsplatzsuche und nicht zuletzt eine attraktive, konkurrenzfähige Bezahlung sind sicher wichtige Argumente.“ Nicht alles müsse das Unternehmen selbst schultern. Aber es müsse wissen, „auf welche Ressourcen in den einschlägigen Netzwerken zurückgegriffen werden kann“, so der Pirmasenser Wirtschaftsförderer.

Die laufende Modellphase bezieht im Sinne eines „Screenings“, also einer systematischen Untersuchung, auch die Fachhochschulen, Berufsschulen und die allgemeinbildenden Schulen in der Region mit ein. Im Lenkungsausschuss für das Gütesiegel „Pro Fachkraft Westpfalz“ sind alle maßgeblichen Kräfte der Region versammelt wie IHK, ZRW, Arbeitsagentur, Stadtmarketing, Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz, Fachhochschule. „Wenn es gelingt, ‚Pro Fachkraft Westpfalz‘ flächendeckend als Marke zu etablieren, hinter der ein einlösbares Qualitätsversprechen steht, dann sind wir im Wettbewerb um die besten Köpfe für unsere Region einen beträchtlichen Schritt weiter“, so Schlick. (ffg)

## INHALT

Für die besten Köpfe: Projekt „Pro Fachkraft Westpfalz“ **Seiten 3-5**  
Kulturelle Bildung fördern:  
„JuKuWe“ Pirmasens **Seiten 6/7**  
Dachmarkenstrategie:  
Online-Umfrage läuft **Seite 7**  
Von Hip-Hop bis Mundart: Musikregion Westpfalz **Seiten 8-10**  
Strandbad Gelterswoog **Seite 11**  
K1-Waldseilpark **Seite 12**  
Optimiert: Datenübertragung mit dem „Digipen“ **Seiten 13/14**  
Net Nexus IT Services **Seite 15**  
Projekt Rheinland-Pfalz-Tag: Ramstein-Miesenbach **Seiten 16/17**  
In Planung: „Textil- und Fashioninitiative Südwest“ **Seiten 18/19**  
Förderung der Elektromobilität: neue Konzepte **Seiten 20/21**  
Innovativer IT-Dienstleister: Uplink IT GmbH **Seite 22**

## IMPRESSUM

**Herausgeber:** Medien Union GmbH  
Ludwigshafen  
**Verlag:** RHEINPFALZ Verlag und Druckerei GmbH & Co. KG, Amtsstr. 5 - 11, 67059 Ludwigshafen, Postfach 21 11 47, 67011 Ludwigshafen  
**Druck:** DSW Druck- und Versanddienstleistungen Südwest GmbH, Flomersheimer Str. 2 - 4, 67071 Ludwigshafen  
**Servicecenter:** Telefon: 0631 3701-6600, Fax: 0631 3701-6601, E-Mail: servicecenter@rheinpfalz.de  
**Redaktion:** mssw Print-Medien Service Südwest GmbH, Kaiser-Wilhelm-Str. 34, 67059 Ludwigshafen, Telefon: 0621 5902-860, Fax: 0621 5902-880, E-Mail: info@mssw-online.de, Christian Roskowitz (verantwort.)  
**Titelgestaltung:** Thilo Berst, mssw; Foto: Martin Seebald. Das Bild zeigt Dr. Oliver Schmitt. Er betreut bei Kömmerling Chemische Fabrik GmbH die Neuentwicklung und Produktpflege von Dichtstoffen, die zur Herstellung von Isolierglas benötigt werden.  
**Anzeigen:** Reinhard Schläfer (verantwort.)

## Pro Fachkraft: Ablauf des Projekts

### Phase 1

Um die Attraktivität des jeweiligen Arbeitgebers zu ermitteln, wird eine erste Bestandsaufnahme durchgeführt. Dieser sogenannte „Check-up“ orientiert sich an Kriterien, die von den Kooperationspartnern des Projekts „Pro Fachkraft“ erstellt und für notwendig erachtet wurden. Die Geschäftsführung erhält dazu einen Fragebogen.

### Phase 2

Die Informationen der Unternehmensleitung werden mit der Befragung der Mitarbeiter

verglichen. Dabei können Abweichungen abgelesen und somit Verbesserungsmöglichkeiten deutlich gemacht werden.

### Phase 3

Die einzelnen Kriterien werden gewichtet und mit einem Mindeststandard bewertet, der einen attraktiven Arbeitgeber auszeichnet. Wird dieser Standard nicht erreicht, muss bei gravierenden Abweichungen nachgebessert werden. Dabei können sich die Unternehmen von den Kooperationspartnern beraten lassen. Ist schließlich

der Mindeststandard in allen Kriterien erreicht, wird dem Unternehmen das Pro-Fachkraft-Gütesiegel mit Zertifikat verliehen. Dies gilt für zwei Jahre, danach ist eine Wiederholungsüberprüfung möglich. Um eine externe Betrachtungsweise für angehende Absolventen der regionalen Bildungseinrichtungen und Berufseinsteiger zu erhalten, werden auch Schüler und Studenten befragt. In einem speziellen Fragebogen für diese Gruppe werden Kriterien abgefragt, die einen attraktiven Arbeitgeber auszeichnen. (ffg)