

Strategie für Fachkräftemarketing entwickelt

Online-Workshops mit Akteuren aus Wirtschaft, Wissenschaft und Kommunen

Von Peter Krüger-Lenz

Göttingen. Derzeit widmen sich die Südniedersachsen-Stiftung und die beiden Landkreise Göttingen und Norheim der Frage, wie Fachkräfte in der Region gehalten und neue angeworben werden können. Bei dem Projekt „Regionales Fachkräftemarketing für Südniedersachsen“ wollen die Akteure bis Mitte 2022 eine Strategie zur gemeinsamen Vermarktung der Region entwickeln. Vertreter aus Wirtschaft, Wissenschaft und Kommunen sowie interessierte Mitbürger sollen daran mitwirken.

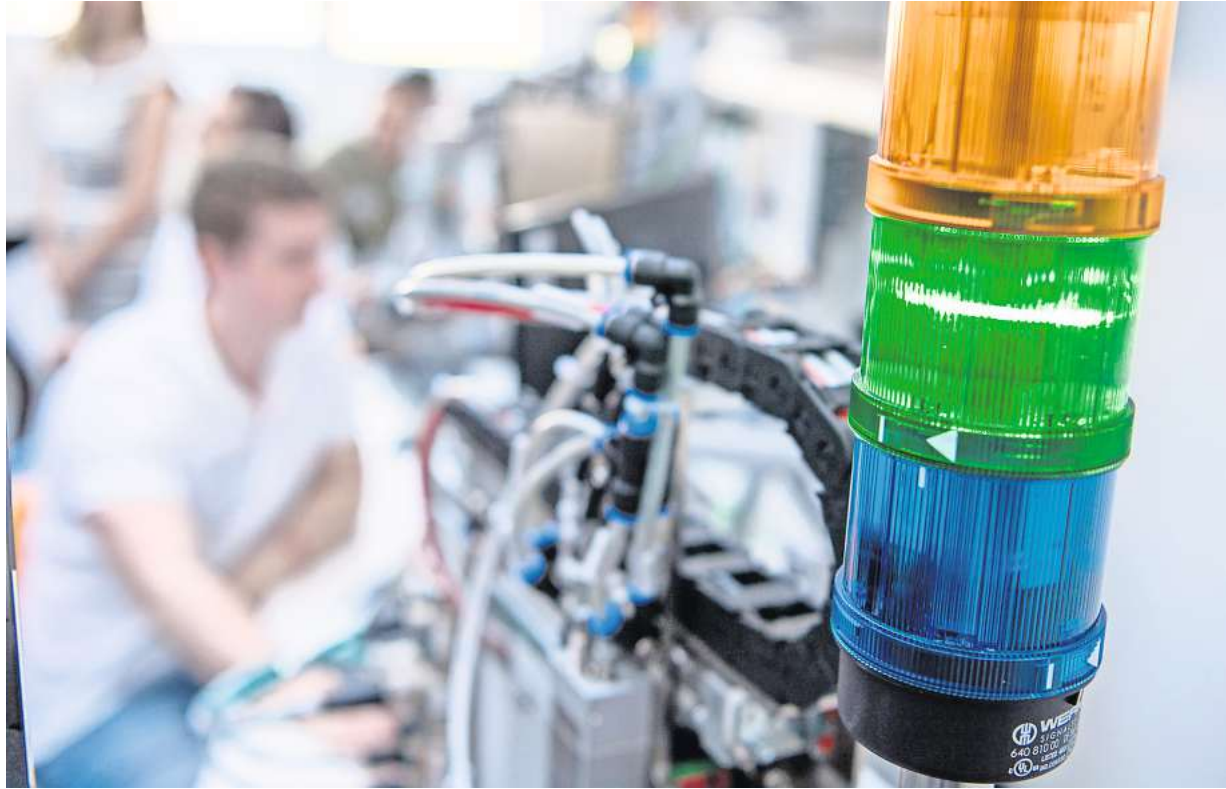
Dazu bieten die Organisatoren ab Oktober eine Reihe von Veranstaltungen an. Ziel ist die Entwicklung einer Marketingstrategie. Der Fokus liege dabei auf einer „Fachkräftevision Südniedersachsen 2030, der Formulierung von Zielen, Zielgruppen und möglichen Maßnahmen“, so die Organisatoren. Die Workshop-Reihe 2020 bilde den Auftakt für einen offenen Meinungsbildungsprozess.

Für jeden rund 90-minütigen Workshop – stets als Austausch in einer lockeren Atmosphäre angelegt – werden laut der Projektleiter Rico Krieger und Dr. Benjamin W. Schulze zwei voneinander unabhängige Online-Termine mit maximal jeweils 20 Teilnehmern angeboten. Sie richten sich an Akteure aus Wirtschaft, Wissenschaft, Verwaltung, Wirtschaftsförderung und Politik der Region.

Fortsetzung Ende Oktober

Das Projekt sind mit dem ersten Workshop bereits gestartet. Unter dem Titel „Wohin führt der Weg? Fachkräftevision Südniedersachsen 2030“ haben die Teilnehmer über „Fachkräftemangel, demografischer Wandel, Wettbewerb der Regionen: Wie will sich Südniedersachsen weiterentwickeln und stark machen für die Zukunft?“ gesprochen.

Die Reihe soll am 28. Oktober von 11 bis 13 Uhr, und am 29. Oktober von 10 bis 12 Uhr fortgesetzt werden. „Der Weg ist nicht das Ziel!“ heißt es dann. „Eckpfeiler für das Fachkräftemarketing“ sollen dann ausgemacht werden. „Während eine Vision eine richtungsweisende Orientierung vorgibt, dienen strategische Ziele als realisierbare Weg-



Fachkräfte gesucht: Die Südniedersachsen-Stiftung bietet Fortbildung zur Entwicklung von Strategien an.

FOTO: DPA

marken. Was sind wichtige Etappenziele?“, stellen die Organisatoren in den Raum.

Dritte Etappe des Projektes

„Immer auf dem Weg bleiben!“ empfehlen die Veranstalter für die dritte Etappe des Projektes. Am 16. November von 13 bis 15 Uhr und am 17. November von 9 bis 11 Uhr steht die „Identifizierung von Zielgruppen“ im Vordergrund. „Vielfalt ist ein Charakteristikum der Region. Welche Kompetenzen und Fähigkeiten benötigt Südniedersachsen konkret für die Zielerreichung? An wen ist das Fachkräftemarketing zu adressieren?“ Das wollen Krieger

und Schulze mit den Teilnehmern besprechen. Dass viele Wege zum Ziel führen, soll sich dann zum Abschluss am 9. Dezember von 10 bis 12 Uhr und am 10. Dezember von 11 bis 13 Uhr erweisen. Dann nämlich sollen Maßnahmen entwickelt werden, was die Akteure „in Südniedersachsen in den kommenden Jahren konkret tun müssen, um unsere gemeinsamen Ziele zu erreichen.“

Bis 2022 wollen die Projektleiter mit den Akteuren aus Wirtschaft, Wissenschaft, den Kommunen und den Menschen aus der Region, die sich beteiligt haben, auch konkrete Ergebnisse umsetzen. Nachdem die Projektideen zur Fachkräftegewinn-

nung und -sicherung zusammengetragen wurden, soll eine Fachkräftemarketing-Strategie entwickelt werden. Dazu gehört auch der Entwurf eines Online-Portals. Auch wollen die Organisatoren „für die inhaltliche und finanzielle Beteiligung regionaler Akteure werben“. Die Fachkräftemarketing-Strategie soll schließlich regionalen Gremien zum Beschluss vorgelegt werden.

Info Weitere Informationen gibt es unter fachkraeftemarketing-sns.de. Sie erreichen den Autor per **E-Mail:** an p.krueger-lenz@goettinger-tageblatt.de **Telefon:** 0551/901735.

Die Stiftung

Die Südniedersachsen-Stiftung ist in fünf Landkreisen tätig: Göttingen, Goslar, Holz Minden, Norheim und Eichsfeld in Thüringen. Hinzu kommt die Stadt Göttingen. In dieser Region leben etwa 800 000 Menschen. Mehr als 40 000

Unternehmen sind hier angesiedelt. die Bandbreite ist groß. Sie reicht vom Mittelständler, der vom Inhaber geführt wird, zu Global Playern wie Sartorius in Göttingen und Ottobock in Duderstadt. Daher zählen die Branchen Medizintechnik,

Biotech, Laser- und Messtechnik sowie Informationstechnologien zu den besonderen Stärken des Wirtschaftsstandortes. Befördert wird diese Wirtschaftslandschaft von einem Wissenstransfer durch vier Hochschulen: die

Universität Göttingen, die HAWK Hildesheim/Holz Minden/Göttingen, die PFH Private Hochschule Göttingen und die TU Clausthal. Hier lehren laut der Stiftung mehr als 800 Professoren, etwa 45 000 Studierende seien eingeschrieben.