

WZ, 16.11.16

Charmeoffensive für Arbeitsplätze

Fachkräftemangel Die Initiative für den Arbeitsplatzstandort Ostschweiz nimmt Fahrt auf. Eine Plattform mit einer Jobbörse und aktiver Kommunikation über die Vorteile der Region für künftige Arbeitnehmer soll entstehen.

Stefan Borkert

Er ist ein Rückkehrer. Acht Jahre lang hat Dominik Zehnder im Zürcher Oberland als IT-Spezialist gearbeitet. Bei einer Firma, wo er sich wohlfühlte. Dann besuchte er die Kontaktveranstaltung Pro-Ost und lernte den Chef der Methrom AG kennen. Wenn er Lust habe, bei der Methrom zu arbeiten, werde man einen Job für ihn finden, sagte der. Seit gut einem Jahr ist der Ostschweizer Zehnder nun also Rückkehrer. Er arbeitet bei der Methrom AG als Software-Entwickler und leitet ein Team in Bratislava an.

Auch Manuel Wendel ist ein Rückkehrer. Studieren wollte er in Zürich nicht, aber dort arbeiten schon. Zürich sei für ihn «der» Wirtschaftsstandort, sagt er, mit interessanten, internationalen und innovativen Firmen. Und doch hat es den Ostschweizer dann in den Thurgau nach Frauenfeld zur Bosch-Tochter Sia Abrasives geführt. Warum? Als Segler habe er rasch gemerkt, dass die Winde am Zürichsee recht unetwas blasen, meint er mit einem Augenzwinkern. Im Ernst, das hochkomplexe Produkt und die Herstellung faszinierten ihn. Vorher habe er Sia nur von Bobrennen her gekannt.

Das sind zwei Geschichten von jungen Männern, die den Weg zurück in die Ostschweiz gefunden haben. Beide haben die entscheidenden Kontakte am Anlass Pro-Ost geknüpft, wo Ostschweizer Unternehmen und interessierte potenzielle Arbeitnehmer ins Gespräch kommen können. Damit der Fächer noch breiter wird, haben die Ostschweizer Wirtschaftsförderer die Arbeitsplatzinitiative ins Leben gerufen. Die Anschubfinanzierung könne über Bund und Kantone erfolgen, wenn sich genügend Unternehmen an der Initiative beteiligen, sagt Gabi Baderscher von der Kommunika-



Michael Federer, Jörg Buckmann, Moderatorin Caroline Derungs, Dominik Zehnder und Manuel Wendel (von links) am Podium. Bild: Ralph Ribi

tionsagentur Yjoo. Auch sie ist eine Ostschweizerin, die im Thurgau politisch aktiv war und es bis zur Präsidentin des Grossen Rats gebracht hat.

Raus aus den Stuben der Personalabteilungen

Sie betont, es gebe noch viel Verbesserungspotenzial. Aber sie ist auch überzeugt, dass in Sachen Arbeit, Familienfreundlichkeit und Infrastruktur die Ostschweiz bereits einiges zu bieten habe, das es sich auch lohne, aktiv nach aussen zu kommunizieren. Jetzt gelte es, eine Plattform zu entwickeln, die die Vorteile der Ostschweiz aufzeige und eine Anlaufstelle für potenzielle Fach-

Attraktivere Ostschweiz

Die Initiative «Arbeitsplatzstandort: Gemeinsam stärker!» ist dieses Frühjahr lanciert worden. Sie wird von den Wirtschaftsförderungen der Kantone Thurgau, Appenzell Ausserrhodens, Appenzell Innerrhodens und St. Gallen unterstützt. Mit der Initiative soll die Arbeitsplatzregion Ostschweiz gestärkt und für Fachkräfte attraktiver werden. Inzwischen haben sich mehr als 60 Ostschweizer Unternehmen und Institutionen bereit erklärt, die Initiative aktiv zu unterstützen. (bor)

kräfte sei. Manche wüssten gar nicht, was für attraktive Arbeitsplätze die Ostschweiz für Fachkräfte zu bieten habe. Mit der Jobbörse Ostjob.ch sei bereits ein weiterer Partner ins Boot geholt worden.

Wie man den Arbeitgeber als Marke positionieren kann, das zeigte Michael Federer von Raiffeisen Schweiz auf. Man wolle nicht nur informieren, sondern auch Emotionen wecken und Lust machen, bei Raiffeisen zu arbeiten, Teil einer erfolgreichen Idee zu sein. Mitarbeiter wollten sehen, welchen Nutzen sie von ihrem Arbeitgeber hätten. Mit dieser Haltung ist Federer auf offene Ohren bei Jörg Buckmann

gestossen, der gegen verstaubte und komplizierte Formulierungen in Stelleninseraten kämpft. Bei der Rekrutierung von Personal empfiehlt er eine Charmeoffensive wie bei einem Date. Es genüge heute nicht mehr, einfach nur ein Inserat zu schalten. «Gehen Sie raus aus Ihren Personalbürostuben», empfahl er, wenn man gefragte Fachkräfte suche. Alle Kanäle, auch die der verschiedensten sozialen Medien, sollten bespielt werden. «Machen Sie es dem Bewerber möglichst einfach.» Als ein gelungenes Beispiel auf einem umkämpften Markt führte Buckmann die 15-Sekunden-Bewerbung des Kinderspitals St. Gallen an.