



Foto: Ostbelgien Info © Christian Charlier

Bilanz und Ausblick

Standortmarke bietet dem Fachkräftemangel die Stirn

Mit dem Ziel, Ostbelgien als Lebens- und Arbeitsregion zu bewerben, wurde 2017 die Marke „Ostbelgien“ ins Leben gerufen. Mittlerweile vereint sie 380 Markenpartner und 280 Botschafter unter ihrem Dach. Durch ein geschlossenes Auftreten und eine gemeinsame Botschaft wird die Wahrnehmung für typisch ostbelgische Produkte, Kompetenzen und Geschäftsideen geschärft. Künftig soll die Marke noch punktgenauer zur Fachkräftesicherung eingesetzt werden, indem sie Fachkräfte gezielt mit Markenpartnern vernetzt.

„Ich bin den ostbelgischen Unternehmen, Vereinen und Organisationen sehr dankbar dafür, dass sie die Marke Ostbelgien jeden Tag nach außen tragen und Werbung für unseren Standort machen. Wir brauchen neben Touristen vor allem Fachkräfte, die wir auf die Vorzüge unseres Standortes hinweisen müssen. Die Marke Ostbelgien ist hierfür ein sehr gutes Instrument“, so Ministerpräsident Oliver Paasch.

Wie viele andere Regionen auch, ist Ostbelgien aufgrund des demografischen Wandels vom Fachkräftemangel betroffen. Der demografische Wandel ist jedoch für eine Grenzregion eine besondere Herausforderung, da zusätzlich viele Arbeitnehmer auspendeln. Laut einer aktuellen Studie des Wirtschafts- und Sozialrates werden in der

Deutschsprachigen Gemeinschaft im Jahr 2025 auf 100 Personen, die in Rente gehen, nur 40 Personen auf den Arbeitsmarkt nachrücken. Ostbelgien ist also auf Zuwanderung angewiesen.

Konsolidierung nach innen

Gleichzeitig muss aber auch einer Abwanderung von Fachkräften entgegengewirkt werden, um den Standort Ostbelgien zu sichern. Zu diesem Zweck wurden Kommunikationswerkzeuge erstellt, die es erlauben, den Ostbelgierinnen und Ostbelgiern ein attraktives Bild ihrer Region mit hohem Freizeitwert und interessanten Arbeitgebern zu vermitteln. Neben Themenkampagnen vermitteln auch Online-Kanäle (Webseite, Facebook, Instagram, YouTube und LinkedIn) diese Botschaft. Image- und Brandingmaterialien befähigen alle Bürger und Unternehmen dazu, Botschafter ihrer Region zu werden. Mit der Erkenntnis, dass jeder für sich allein wenig Werbekraft am Markt hat, wurde ein Markenpartnernetzwerk aufgebaut, das mittlerweile über 380 Partner zählt (216 Unternehmen, 103 Vereine und 61 Einrichtungen). Zudem wurde ein Botschafternetzwerk (über 280 Ostbelgier in der Welt, Pendler und Wahlostbelgier) und ein sich noch im Aufbau befindendes Studentennetzwerk errichtet.

Vernetzung nach außen

Durch einen konzertierten Maßnahmenkatalog werden nun die aufgebauten Netzwerke der Botschafter, Studenten und Markenpartner miteinander in Verbindung gebracht: Ein Newsletter informiert ostbelgische Studenten zu Praktikumsstellen oder Jobangeboten von ostbelgischen Markenpartnern.

Damit ankommende Fachkräfte enger in beruflichen und privaten Fragen begleitet werden können, laufen derzeit Sondierungen mit relevanten Anlaufstellen. Gemeinsam wird erörtert, wie das Thema „Orientierung für ankommende Fachkräfte“ in Ostbelgien weiterentwickelt werden kann.

Ostbelgische Studenten, jene mit dem Wahlfach Deutsch sowie des 3. Bachelor- und der beiden Master-Jahrgänge der Hochschule HEC Liège können zudem regelmäßig ostbelgische Markenpartnerunternehmen besuchen. Diese „Unitouren“ werden nun auch auf andere Hochschulen und Universitäten ausgeweitet. Zudem haben Markenpartner die Möglichkeit sich in einem digitalen Schaufenster als Arbeitgeber gegenüber interessierten Arbeitnehmern zu präsentieren.

Weiterführende Informationen zu den fachkräftebezogenen Maßnahmen finden Sie unter www.ostbelgieninfo.be sowie in der beigefügten PowerPoint Präsentation.

Weitere Auskünfte erteilt:

Serge Heinen**Pressesprecher / Berater**

Regierung der Deutschsprachigen Gemeinschaft,

Kabinett Ministerpräsident Oliver Paasch

Klötzerbahn 32, B-4700 Eupen

Tel.: +32-87-789 616, Mail: serge.heinen@dgov.be