



Der Landkreis Tirschenreuth hat eine Fachkräfte- und Rückkehrerkampagne gestartet. Im Mittelpunkt stehen neu zusammengesetzte Sprüche, die sich um die Natur drehen. Damit sollen bei verschiedenen Zielgruppen Emotionen für das Leben auf dem Land geweckt werden. Bild: Benkhardt

Im Landkreis Tirschenreuth sollen Pechvögel zu Glückspilzen werden

Mit flotten Sprüchen startet der Landkreis Tirschenreuth eine Fachkräfte- und Rückkehrerkampagne. Der Landkreis präsentiert sich dabei selbstbewusst wie selten zuvor. Dies soll der Beginn einer Erfolgsgeschichte sein, von der nicht nur Firmen profitieren.

Wiesau. (wb) Wirtschaftlich steht der Landkreis Tirschenreuth derzeit sehr gut da. Er gehört zu den dynamischen Aufsteigerregionen der Republik. Die Lage in der Mitte Europas ist top. Es gibt Startups, Global Players und Hidden Champions. Was den Unternehmen fehlt, sind Fachkräfte.

Und was den Politikern unter den Nägeln brennt, ist die demografische Entwicklung. Es gibt mehr Todesfälle als Geburten. Viele junge Leute wandern in Ballungszentren ab. Von Jahr zu Jahr geht die Zahl der Bewohner zurück. Lebten im Jahr 2000 noch rund 80 000 Menschen im Landkreis Tirschenreuth, sind es im Jahr 2022 nur noch etwas über 71 200. Hält der Trend an, dann sinkt ihre Zahl bis zum Jahr 2040 auf 66 600 Männer, Frauen und Kinder. Eine Fachkräfte- und Rückkehrerkampagne soll den Trend nun stoppen.

„Kick off“ im Berufsschulzentrum

Am Donnerstag gab Landrat Roland Grillmeier im Berufsschulzentrum Wiesau beim „Kick off“ vor einigen Dutzend Unternehmens-, Behörden- und Gemeindevertretern offiziell den Startschuss dafür. Bis zuletzt hatten die beiden Agenturen „Advance Media – Die Ideenküche“ aus Erbdorf und „Bewegter Blick – Agentur für Film und Kommunikation GmbH“ aus Wernersreuth bei Bad Neualbenreuth mit der Wirtschaftsförderabteilung des Landratsamtes fieberhaft daran gearbeitet. Unter dem Motto „Heimat

verbindet“ macht der Landkreis ungewohnt selbstbewusst mit neu zusammengesetzten, bekannten Sprüchen und Redewendungen aus der Natur sowie weiteren pffiffigen Ideen auf den verschiedensten Kanälen auf sich, seine Firmen, seine Freizeitmöglichkeiten, seine Lebensqualität und natürlich auf die vielen freien Stellen aufmerksam.

Vom Pechvogel zum Glückspilz

Neben einem eigenen Internetauftritt sollen regelmäßige Posts auf sozialen Kanälen wie Facebook, Instagram und LinkedIn, Banner- und Plakataktionen, Filmsequenzen und andere Dinge den Landkreis Tirschenreuth als eine Region, in der jeder seine Work-Life-Balance finden kann, ins Gespräch bringen. Der Schwerpunkt liegt dabei klar auf Online-Marketing. Marco Härtl und sein Team vom „Bewegten Blick“ haben sich dazu eine Menge witziger Sprüche wie „Bist Du immer noch ein Pechvogel oder längst schon ein Glückspilz?“ ausgedacht, welche die Aufmerksamkeit auf den Landkreis lenken sollen.

Ein Zeichen hatten die Verantwortlichen bereits beim Auftrag für die Kampagne gesetzt. Sie betrauten damit nicht ein renommiertes

Büro aus Berlin, sondern zwei Firmen aus dem eigenen Landkreis. Marco Härtl („Bewegter Blick“) und Marco Vollath (Advance Media) erläuterten beim „Kick off“, welche Konzepte und Absichten hinter den Ideen steckten. Hauptzielgruppe seien neben potenziellen Rückkehrern alle Schulabsolventen der Region sowie mögliche Zuzügler und Pendler, erläuterte Härtl.

Die Aktionen sollen auf vielen verschiedenen Kanälen gespielt werden und immer neue Reizpunkte setzen. Die Macher hoffen, dass der Landkreis Tirschenreuth so möglichst oft mit im Rennen ist, wenn einer oder eine sich mit dem Gedanken einer beruflichen Veränderung beschäftigt.

Marco Vollath von Advance Media erläuterte, wie dies praktisch funktionieren soll. Die Kampagne sei als dynamischer Prozess angelegt, so der Erbdorfer. Als nächstes sollten in die Homepage weitere Arbeitgeber und der Internetauftritt von oberpfalzjobs.de eingebunden werden. Aufgrund des begrenzten Medienbudgets ermunterte Vollath die Firmen aus der Region, als Werbeträger die Aktionen zu unterstützen. Normale Werbeflächen in Ballungszentren seien

sündhaft teuer, meinte Vollath, deshalb müsse man auch über Guerilla-Marketing, also unkonventionelle Methoden zur Verbreitung, nachdenken. Zwei aufgezeigte Möglichkeiten sind zum Beispiel, dass Firmen aus dem Landkreis Tirschenreuth, die oft auswärts unterwegs sind, über Bauzaunbanner und Lkw-Beschriftungen die Botschaft, wie gut es sich im Landkreis Tirschenreuth arbeiten und leben lässt, ins Land hinaustragen.

Auch Wohnraumbörse geplant

Dr. Volker Höcht von der Wirtschaftsförderabteilung des Landkreises, der den Nachmittag moderierte, verriet, wie es mit der Aktion weitergehen soll. Unter anderem sind der Aufbau einer Wohnraumbörse, die Ansiedlung von Startup-Unternehmen, die Gewinnung von regionalen Botschaftern, die Weiterentwicklung der Ausbildungsmesse zu Bildungstagen, die Vermittlung von Werkstudenten an Landkreis-Unternehmen sowie der Aufbau einer Heimkehrer- und Neuzuwanderer-Datenbank geplant.

„Wir hoffen, dass wir viele junge Menschen und viele Familien damit zurückholen können“, meinte Landrat Roland Grillmeier. Schon frühzeitig wolle man versuchen, die jungen Leute mit Unternehmen in Kontakt zu bringen. Es solle ein Netzwerk aufgebaut werden, das auch dann nicht gleich abreiße, wenn jemand aus der Region wegzöge. Der Landkreis wolle künftig nicht mehr durch schlechte demografische Prognosen auffallen, sondern dadurch, dass er sich erfolgreich dagegen gestemmt habe. Grillmeier kündigte auch in anderen Bereichen Aktivitäten an, welche diese Strategie stützen und voranbringen könnten. So sei in Zusammenarbeit mit den Kommunen des Landkreises Tirschenreuth zum Beispiel demnächst eine Wohnraumstrategie geplant, die viel mehr als nur die Ausweisung von Baugebieten zum Ziel habe.

HINTERGRUND

Die Kampagne „Heimat verbindet“

- **Die Ziele:** Gewinnung von Fachkräften und Rückkehrern, Region nach innen und nach außen vermarkten, Erweiterung des Fachkräftepools, Verhinderung von Wegzügen, Betonung der Stärken der Region, Stärkung der regionalen Wirtschaft, Bündelung von Initiativen und Kampagnen, Unterstützung der Recruiting-Bestrebungen der Unternehmen.
- **Die Zielgruppen:** Potenzielle Rückkehrer, regionale Schulabsolventen, mögliche Zuzügler

und Pendler, Unternehmen im Landkreis, potenzielle Gründer, Kammern und Verbände, Bildungseinrichtungen, Kommunen, Vereine und andere Partner der Region, Studenten, junge Familien und Eltern.

- **Geplante Maßnahmen:** Kooperationen mit Firmen, Medien und weiteren Partnern, Social-Media-Kampagnen, Großflächen-Kampagnen, Internetauftritte und weitere Online-Maßnahmen.
- **Internet-Adresse:** www.heimatverbindet-tirschenreuth.de.