

Karlsruhe präsentiert sich ausgeschlafen

IT-Unternehmen buhlen mit der „Nerd-Zone“ um Fachkräfte: Humorvoll gegen Vorurteile

eki. Eigentlich ist der Begriff Nerd ja eher negativ belegt. Ein Nerd sitzt andauernd vor seinem Computer, interessiert sich nur für Technik und Internet, treibt keinen Sport, hat kaum Freunde und ernährt sich dazu noch ungesund. Zumindest in Karlsruhe könnte sich die öffentliche Meinung in puncto Nerds allerdings künftig ändern. Im Café Gold in der Oststadt wurde gestern Abend mit einer rauschenden Party die „Nerd-Zone“ offiziell aus der Taufe gehoben.

Künftig soll über die Internet-Seite www.nerd-zone.com kräftig die Werbetrommel für die Fächerstadt geschlagen werden. Der Grund für diese Aktion: IT-Firmen in der Region wollen die Plattform nutzen, um künftig neue Mitarbeiter für ihre Unternehmen zu

rekrutieren. „Sicherlich ist zumindest bei der Namensgebung auch ein bisschen Ironie im Spiel“, sagt Kerstin Weber-Sanguigno.

Die Leiterin der Öffentlichkeitsarbeit des Karlsruher IT-Netzwerkes CyberForum kennt aber die Sorgen und Nöte der Branche. Ihr Fazit: Es werde von Jahr zu Jahr schwerer, genügend gut ausgebildete Fachkräfte für die anspruchsvollen Betätigungsfelder in den IT-Betrieben zu finden.

Mit Aktionen wie „Catch the Job“ habe das CyberForum bereits neue Wege be-

schritten und Kontakte zwischen kleineren Unternehmen und Hochschulabsolventen vermittelt.

ARD-Gerichtsexperte Möller rührt die Werbetrommel

Bei der „Nerd-Zone“ gehe es aber mehr um die erfahrenen Arbeitnehmer, die so genannten „High Potentials“, so Weber-Sanguigno.

Vor allem beim Anwerben von Auswärtigen hätten die Karlsruher Unternehmen Probleme. „Hier gibt es gute Jobs und gutes Geld, aber die Stadt macht oft einen verschlafenen und wenig attraktiven Eindruck“, sagt Weber-Sanguigno. Mit der Nerd-Zone soll diesem Vorurteil nun humorvoll entgegengewirkt werden, mit vielen Comics und Videos will die Nerd-Zone Lust auf Karlsruhe machen.

Den Anfang macht der ARD-Gerichtsexperte Karl-Dieter Möller, der in seinem typi-

schen Stil vor einem animierten Hintergrund die Vorzüge der Fächerstadt als Internet-Metropole preist. Weitere Werbebotschaften sollen folgen, dazu können sich die an der „Nerd-Zone“ beteiligten Unternehmen auf der Internet-Seite verlinken.

Sie wolle neue Wege gehen und sämtliche Möglichkeiten beim Anwerben neuer Fachkräfte ausschöpfen, beschreibt Kerstin Kraft, technische Leiterin beim Ingenieursdienstleister Ferchau die Motivation für die Beteiligung an dem Konzept. Und Andreas Grosse von Astero hofft, dass über die Plattform auch kleinere Unternehmen im Kampf um die Fachkräfte konkurrenzfähig bleiben könnten. „Gegen große Firmen wie Bosch oder SAP haben wir sonst keine Chance“, weiß Grosse.