

Katowice kuszą 2000 miejsc pracy

Praca i rok mieszkania za darmo mają zachęcić
do przeprowadzki do Katowic – pisze **J. Przybytek**

Katowice kilka dni temu zainaugurowały kampanię promującą stolicę Górnośląska. Billbordy pojawiły się w Warszawie, Łodzi, Wrocławiu, Opolu, Krakowie oraz kilku śląskich miastach i mają zachęcić mieszkańców tych miast do przeprowadzki do Katowic. Wabikiem jest praca, a dokładniej 2000 ofert zatrudnienia w takich firmach jak IBM, Capgemini, Kamsoft, Wasko, Kroll Ontrack, PWC, czy Display Link.

Katowice zarzucają wędkę, przynętą praca
– Chcemy pokazać Katowice jako miejsce, w którym swoje siedziby lokują firmy z najlepszych branż i przekonać, że można z naszym miastem wiązać swoją przyszłość – wyjaśnia Jakub Jarząbek, rzecznik katowickiego magistratu.

Władze Katowic chcą poprzez kampanię przyciągnąć nowych mieszkańców. Kilka miesięcy temu podobne rezultaty miała dać kampania promująca mieszkanie w stolicy aglomeracji. Wówczas magistrat we współ-

pracy z deweloperami budującymi nowe domy w mieście kusił mieszkańców innych regionów niskimi cenami metrów kwadratowych w nowoczesnym budownictwie.

Posady dla specjalistów, dla jednego mieszkańca

Tym razem do Katowic mają przyciągać intratne oferty pracy, poszukiwani są przede wszystkim specjaliści z branży IT, inżynierowie, programiści, menadżerowie, analitycy, handlowcy oraz ekonomiści, ale też studenci i praktykanci.

Rekrutuje 13 partnerów katowickiej kampanii: IBM, Capgemini, Kamsoft, Wasko, Kroll Ontrack, PWC, Display Link, ArcelorMittal, ING Bank Śląski, LGBS Polska, Unilever, Webanywhere i Wipro.

Dla niezdeterminowanych jest jeszcze konkurs, jego zwycięzca na rok wprowadzi się – i zamieszka w nim całkiem bezpłatnie – do komfortowego, umeblowanego mieszkania na osiedlu Dębowe Tarasy.

– Aby wziąć w nim udział należy aplikować o pracę w jednej z firm – partnerów projektu i od-

powiedzieć na specjalne pytanie rekrutacyjne – wyjaśnia Jarząbek.

Zadania wymyślił specjalista od rekrutacji, pytając m.in. czym może być „grądza”, jak wydać 10 milionów dolarów, co można dla odmiany znaleźć w Katowicach albo jak szukać igły w stogu siana. Zwycięzca konkursu zostanie wybrany w marcu 2014 roku.

Kampania w pięciu miastach i w internecie

Kampania została zainaugurowana 1 października, jej outdoorowa odsłona potrwa do 14 października. W tym czasie billboardy promujące Katowice pojawiają się w Warszawie, Krakowie, Łodzi, Wrocławiu, Opolu oraz śląskich miastach. Dzień później rozpocznie się w internecie, Katowice będą reklamowane m.in. w Onecie, ale też na portalach związanych z pracą i rekrutacją oraz na Facebooku.

– Potrwa dwa tygodnie, potem zostanie jeszcze powtórzona – zapowiada rzecznik. W ramach kampanii m.in. uruchomiono portal praca.katowice.eu. Tu znajdziemy zadania konkursowe, a także oferty pracy w Katowicach.