

4 – Die Kommune ist kein attraktiver Arbeitgeber? Ändern Sie das!

[25.05.2020] Um qualifiziertes Fachpersonal zu finden, sollten Kommunen ihr Image als Arbeitgeber aufbessern, schreibt Autor Dominic Multerer. Entscheidend dafür sei auch die Wahl des richtigen Kommunikationskanals.

Ein Arbeitsplatz bei Städten und Gemeinden gilt im Vergleich zu Handel und Industrie als nicht so attraktiv, schreibt Autor Dominic Multerer. Auch hier stünden Kommunen im Wettbewerb – mal mit der Wirtschaft, mal mit anderen Kommunen, manchmal sogar mit sich selbst. Manche Kommunen würden eher als attraktiver Arbeitgeber gelten als andere. Im Allgemeinen habe der öffentliche Bereich den Ruf, schwerfällig, altbacken und innovationsarm zu sein. Außerdem spiele die eher mäßige Entlohnung im Vergleich zur freien Wirtschaft eine Rolle.

Erst seit einigen Jahren werde dem öffentlichen Sektor zunehmend bewusst, dass das Werben um qualifizierte Mitarbeiter von elementarer Bedeutung ist. In der Wirtschaft laufe der Kampf um die Talente schon längst. Der Schlüssel liege im Personalmarketing und in einem positiven Imageaufbau. Über Jahrzehnte habe sich aus verschiedensten Gründen in den Köpfen der Allgemeinheit ein schlechtes Image festgesetzt. Das gelte es zu ändern. Um ihr Image zu verbessern sollen die Kommunen nicht nur vor dem Hintergrund der eigenen Vermarktung, sondern auch im Hinblick auf Personalmarketing die positiven Leistungen, die sie für die Gesellschaft erbringen, wesentlich deutlicher sichtbar machen und kommunizieren.

Zeitgemäße, imagefördernde Ansprache

Ferner sollten sich die kommunalen Arbeitgeber fragen, wofür sie stehen, was sie tatsächlich bieten können, womit sie sich von der Privatwirtschaft absetzen und welche Vorteile sie bieten. Kurzum: Es muss eine Bestandsaufnahme erfolgen, was sie als Arbeitgeber ausmacht, meint Multerer. Dann müssten Kommunen sich überlegen, wen sie ansprechen wollen und wo sie ihre Zielgruppe finden. Eine Stellenanzeige im kommunalen Fachmagazin würde beispielsweise wenig bringen, wenn sie neue, junge Zielgruppen ansprechen möchten. Es sei daher erforderlich, neben einer zeitgemäßen, imagefördernden Ansprache auch neue Wege in der Kommunikation zu gehen.

„Zeigen Sie die Arbeitsbereiche Ihrer Kommune lebendig und authentisch als Story, die Sie beispielsweise als Videoclip im Internet veröffentlichen und bewerben“, so der Appell des Marketingexperten. „Nutzen Sie die Möglichkeit, die Sie nur als Kommune haben, was Ihre Stadt oder Gemeinde ausmacht. Werden Sie menschlicher und emotionaler, denn es sind Menschen, die eine Kommune lebendig und sympathisch machen, nicht Paragraphen oder Verordnungen.“

(co)

Zum YouTube-Video „Gebot 4: Ihre Kommune ist kein attraktiver Arbeitgeber? Ändern Sie das.“