Du bist der Schlüssel

27.09.2022 11:15 von Martina Jansen (Kommentare: 0)

Du bist der Schlüssel

Mit Herzblut in die neue städtische Kampagne

„Wir müssen den leicht verstaubten Look unserer Stellenausschreibungen unbedingt an den Puls der Zeit anpassen und kreativer werden“, waren sich der Personaldezernent Karsten Meyer sowie Pressesprecher Christoph Winkel einig. Nur wie? „Wir wollten für die Personalgewinnung eine auf Dorsten maßgeschneiderte Kampagne und keine, die auf jede Stadt passt“, berichtet Christoph von den Anfängen der Kampagne.

„Manchmal liegt das Gute eben doch so nah“, fährt er fort. „Beim Blick auf unser Stadtwappen sticht der Schlüssel ins Auge. Also spielten wir mit dem Begriff und die Idee zur „Du-bist-der-Schlüssel-Kampagne“ war geboren.Der Schlüssel des Apostels Paulus gilt als Verbindung zwischen Himmel und Erde, er steht aber im übertragenen Sinne auch für Gemeinsamkeit, dafür, die Befugnis zu haben, Türen zu öffnen und dazuzugehören. „Eine Schlüsselposition besitzt jeder unserer 1200 Mitarbeiter, die natürlich nicht alle im Rathaus arbeiten. Sie sorgen mit ihren Talenten und Fähigkeitendafür, dass unser Stadtleben funktioniert. Sei es beispielsweise in der Verwaltung, in den KiTas, bei den Betriebshöfen oder auch bei der Feuerwehr“, erklärt der Pressesprecher den Gedanken hinter der Kampagne.
„Der Fachkräftemangel im öffentlichen Dienst ist momentan enorm. Allein wir haben über 100 unbesetzte Stellen. Personalgewinnung ist darum eines unserer wichtigsten Zukunftsthemen. Bei uns gewinnt man mit Sicherheit eine gute Perspektive und kann die Stadt mitgestalten“, erwähnt Karsten Meyer und ergänzt: „Dabei geht es nicht allein darum, neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für die Stadt Dorsten zu gewinnen. Es geht auch darum, die Kolleginnen und Kollegen langfristig an uns zu binden.“

Sehr früh holten sie Frank Maiß ins Boot und entwickelten die „Schlüsselidee“ gemeinsam weiter. Auch der Leiter des Amts für Verwaltungsmanagement und -service war sofort von der neuen Kampagne überzeugt. „Die Zeiten auf dem Stellenmarkt haben sich geändert. Suchten sich die Arbeitgeber früher ihre Mitarbeiter aus, so ist es heute genau andersherum. Ein krisensicherer Arbeitsplatz bei der Stadt ist nicht mehr ausschließlich der Magnet, sich bei uns zu bewerben“, weiß er. „Wir müssen als Arbeitgeber attraktiver werden. Dazu gehört nicht nur eine neue Website der Stadt Dorsten, sondern auch eine eigene

Landingpage, die über offene Stellen und die Möglichkeiten informiert, die die Stadt Dorsten als Arbeitgeber bietet.“

Foto oben rechts: Die Ideengeber der „Schlüsselkampagne“ (v. l.) Christoph Winkel, Frank Maiß, Maurice Schnigge und Hanna Hadik

Nachdem sie ihre Idee dem Verwaltungsvorstand, dem Rat der Stadt und anschließend ihren Kolleginnen und Kollegen in der Personalversammlung vorgestellt hatten, war das Feedback durchweg positiv. „Seitdem arbeiteten wir noch begeisterter an unserem Projekt und stehen mit viel Herzblut dahinter“, berichtet Christoph. Um Dienstwege zu verkürzen und Ideen damit schneller umsetzen zu können, stellte Frank Maiß gemeinsam mit Karsten Meyer daraufhin das Team „Recruting“ mit Hanna Hadick und Maurice Schnigge auf. Und daran, wie begeistert die beiden jungen Leute ihre Kampagne vorstellen, wird deutlich, dass auch diese zwei mit Herzblut dabei sind, sie voranzutreiben.

Foto oben rechts: Hanna Hadick

„Für das Logo wurden explizit die Farben Blau und Grün gewählt, denn sie stehen für das Wasser und die Natur in unserer Stadt. Darüber hinaus erstellten wir mit Unterstützung einer Agentur Imagefilme, die wir in den Sozialen Medien veröffentlichten und ließen Plakatwände mit Fotos der Kollegen bekleben“, berichtet Hanna und Maurice ergänzt: „Wir wollten dazu Menschen vorstellen, die voll und ganz hinter ihrer Arbeit stehen und haben dazu einen internen Aufruf gestartet. Sofort waren über 100 unserer Kolleginnen und Kollegen bereit, der Aktion ihr Gesicht und damit Persönlichkeit zu verleihen.“

An der Kolonnenfahrt für Drohnenaufnahmen aller Betriebe nahmen viele Mitarbeiter teil, zum Kampagnenstart in der Mittagspause kamen dann über 300 Kolleginnen und Kollegen. „Das ist eine enorme Anzahl, wenn man bedenkt, dass wir an allen Stellen den Dienstbetrieb in dieser Zeit aufrechterhalten haben. Es ist für uns aber auch ein Zeichen, dass das Arbeitsklima hier stimmt“, freut sich Frank Maiß und betont zudem: „Der Schlüssel kann jedoch nur nach außen wirken, wenn er auch nach innen wirkt.“

Foto oben rechts: Maurice Schnigge

Stadt Dorsten

Auch Bürgermeister Tobias Stockhoff ist begeistert. „Der Schlüssel zeigt, dass wir als Stadtverwaltung nicht nur ein attraktiver Arbeitgeber sind, sondern dass wir diese Stadt, das Zusammenleben der Menschen, organisieren und gestalten.“ Das Konzept „Du bist der Schlüssel“ spiegelt in der Anrede auch die Veränderungen innerhalb der Stadtverwaltung an sich wider. „Starre Strukturen lösen und Hierarchien verschieben sich und das ‚Du‘ wird immer mehr zur Normalität“, betont Frank Maiß und erntet dafür Zustimmung von allen Anwesenden.

Neben Hanna und Maurice sind sich auch die „Väter“ der Kampagne einig, dass sie nun die Aufbruchstimmung und die Euphorie nutzen und die maßgeschneiderte Kampagne am Laufen halten müssen. Dazu gehört neben wechselnden Gesichtern auf Plakaten, Fahrzeugen oder Werbeartikeln auch ein QR-Code, über den die Landingpage www.schluesselposition direkt aufrufbar ist.

Das Team der Lokallust wünscht allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Stadt Dorsten, dass sie für die Stadt und die Menschen hier weiterhin erfolgreich ihre Schlüsselpositionen ausfüllen.

Text: Martina Jansen
Fotos: Christian Sklenak