

Die Stadt stellt sich beim Werben um Fachkräfte neu auf –
Moderne Anzeigen und ein Karriereportal

Ein Plan, um die vielen Stellen zu besetzen



Viele städtische Arbeitsplätze, wie hier im Bürgerbüro in den Luminaden, sind nicht besetzt. (Ralf Krieger)

VON HENDRIK GEISLER

3576 Beamte und Beschäftigte stehen im Dienst der Stadt Leverkusen – zu wenige, um den vielen Aufgaben einer Verwaltung gerecht zu werden. Die Stadt schafft es wie viele andere Kommunen nicht, die vielen freien Stellen mit Fachkräften zu besetzen. Jetzt soll sich grundsätzlich etwas ändern.

Hans-Gerd Wendling, der den Fachbereich Personal verantwortet, hat in den vergangenen Monaten mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen ambitionierten Plan entworfen, wie Stellenausschreibungen attraktiver gestaltet werden können. Wendling, seine Stellvertreterin Katrin Reuber, die oberste Personalentwicklerin Barbara Vienken und Verena Daub, verantwortlich für Stellenausschreibungen und Bewerbungen, stellten den Plan am Montag im Personalausschuss vor.

Bevor sie erzählten, was sich ändern soll, warfen sie einen Blick auf die Ausgangslage: Der städtische Auftritt als Arbeitgeberin, die Gestaltung der Ausschreibungen, die Texte zur Kommunikation mit Bewerberinnen und

Bewerbern – ziemlich alles rund um den Prozess zur Gewinnung neuer Angestellter ist langweilig gestaltet, wenig attraktiv positioniert, unübersichtlich und lädt nicht ein, hier eine Karriere zu starten.

Das hilft nicht, die zahlreichen vakanten Stellen in der Verwaltung zu besetzen. Genaue Zahlen dazu lieferten die Expertinnen nicht, wohl aber erzählten sie von den Problemen: Durch Corona, Flut, Explosion und Ukrainekrieg befänden sich viele Angestellte seit zwei Jahren im Krisenmodus, es seien Erschöpfungsmerkmale erkennbar. Aus diversen Bereichen seien bereits Überlastungen angezeigt worden. Verschärft wird die Situation dadurch, dass Besetzungsverfahren wiederholt erfolglos verlaufen sind – zu groß sind der allgemeine Fachkräftemangel und die Konkurrenz durch die freie Wirtschaft. Viele freie Stellen gibt es im Baudezernat, im sozialen Bereich, Erziehungsberufen und der klassischen Verwaltungsarbeit.

Nun soll das Management von Stellenanzeigen unter der Überschrift „Next LEVell“ neu ausgerichtet werden. Geplant ist ein neues, modernes Layout, das übersichtlicher ist und in dem die Tätigkeit direkt bildlich gezeigt wird – und kein schnödes Bürogebäude mehr. Verena Daub berichtete davon, bei den Angestellten Models für diese Kampagne gefunden zu haben, deren freundliches Lächeln neue Kolleginnen und Kollegen anlocken soll. „Das wirkt authentisch und fördert die Identifikation mit der Stadt als Arbeitgeberin.“

Zeitgemäßer soll das Werben auch werden: Wer heute zum Beispiel in der Personalgewinnung arbeiten möchte, nennt sich nicht mehr Sachbearbeiter Personalgewinnung, sondern schlicht: Recruiter. Also finden Jobsuchende eine entsprechende Ausschreibung demnächst auch bei der Stadt Leverkusen, wenn sie den Begriff in einer Suchmaschine eingeben.

Doch das, wofür Daub und ihre Kolleginnen warben, geht über Stellenanzeigen hinaus: Die Stadt soll zu einer attraktiven Arbeitgeberin werden, eine echte Arbeitgebermarke also. Dazu gehören etwa Angebote zur Arbeitsplatzgesundheit, Zuschüsse zu Dienstfahrrädern und eine modifizierte Fachkräftezulage. Das alles ist ebenso in Planung wie ein Modell zur Einstellung von Bachelor-Absolventen. Diese sollen helfen, den Personalbedarf abzudecken.

Hinzukommen im Idealfall: ein Schulungsprogramm für neue Führungskräfte, Fachseminare, individuelles Coaching und Sonderurlaub für Qualifizierung. Und mehr über diese Vorzüge erfahren sollen Bewerberinnen und Bewerber über ein neues Karriereportal und Auftritte in sozialen Medien.

Das ambitionierte Projekt sorgte für Staunen: „Sie haben die Zeit gut genutzt“, sagte Roswitha Arnold von den Grünen. Milanie Kreutz (SPD) signalisierte unbedingte Zustimmung. Kämmerer Michael Molitor sprach von einem „hervorragenden Vortrag“. Und Tim Feister (CDU) sagte, er sei froh, dass das Thema motiviert angepackt wird „und absolut in die richtige Richtung geht“. Der Christdemokrat regte an, noch mehr Informationen zu erhalten und die Vorlage zu vertagen, beschränkte sich jedoch bei Widerspruch auf einen Ergänzungsantrag mit der Bitte um einen halbjährlichen Fortschrittsbericht.

Der Hauptausschuss stimmte der Beschlussvorlage einstimmig zu, der Rat folgte wenig später. Kostenpunkt: 500 000 Euro. Nun werden 3,5 neue Stellen zur Umsetzung geschaffen, ein Social-Media-Kanal mit jährlich 150 Stellenausschreibungen beauftragt und der Aufbau eines Karriereportals in Angriff genommen. Im ersten Quartal 2024 soll es an den Start gehen.

Verena Daub

Roswitha Arnold, Grüne