

FACHKRÄFTE FÜR DIE MOBILITÄT DER ZUKUNFT

Ein Leitfaden für Kommunen zur Personalgewinnung
in der integrierten Mobilitätsplanung



Projektträger:



Im Auftrag von:



Liebe Leserinnen und Leser,

Sie kennen es sicher auch: Offene Stellen in Ihrer Verwaltung bleiben lange unbesetzt. Aufgrund des hohen Durchschnittsalters der Beschäftigten im öffentlichen Dienst und des demografischen Wandels könnte der Fachkräftemangel ein dramatisches Ausmaß annehmen. Studien rechnen mit bis zu einer Million fehlender Arbeitskräfte im öffentlichen Sektor bis 2030.¹ Arbeitgebende müssen potenzielle Arbeitnehmende umwerben, wenn sie eine Stelle erfolgreich besetzen wollen. Dafür müssen sie ein attraktives Paket schnüren aus solidem Gehalt, spannenden Tätigkeiten und flexiblen Arbeitsbedingungen. Dieses Angebot müssen sie schön verpacken und auf geeigneten Kanälen ausspielen, um die Sichtbarkeit und Resonanz zu erhöhen.

Bei der Besetzung von Stellen in der kommunalen Mobilitätsplanung kommen weitere Herausforderungen hinzu: Das Berufsfeld der Mobilitätsplanung ist bei Schülerinnen und Schülern wenig bekannt. Die Zahl der geeigneten Absolventinnen und Absolventen aus Fachrichtungen wie dem Bauingenieurwesen, die sich für einen Job bei einer Kommune interessieren², ist überschaubar. Auf der Suche nach Bewerberinnen und Bewerbern konkurrieren Kommunen zudem mit Bauunternehmen, Ingenieur- und Planungsbüros.

Mit der vorliegenden Broschüre will das Hessische Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr, Wohnen und ländlichen Raum (HMWVV) Kommunen eine Anleitung an die Hand geben, um Fachkräfte für nachhaltige Verkehrsplanung zu finden, zu halten und aufzubauen. In den Kapiteln finden Sie Tipps zu den am besten geeigneten Online-Jobbörsen für Ihre Stellenanzeige sowie zur offensiven Personalsuche mit der Methode des Active Recruitings. Sie lernen, wie Sie Ihre Kommune als attraktive Arbeitgeberin darstellen, und was Sie selbst für mehr Nachwuchs in der Mobilitätsplanung tun können. Unsere Schreibwerkstatt erklärt, wie Sie mit einer ansprechend formulierten Stellenausschreibung Ihre Chancen auf eingehende Bewerbungen verbessern können. Zudem stellt die Broschüre gelungene Recruiting-Kampagnen und attraktive Karrierewebsites der Städte Baden-Baden, Hanau, Köln und Bonn vor, an denen Sie sich bei der Personalsuche orientieren können.

Viel Erfolg bei der Personalsuche wünscht Ihnen Ihr
Fachzentrum Nachhaltige Mobilitätsplanung Hessen!

INHALT

Seite 3
Wo finden Verwaltungen qualifizierte Arbeitskräfte?

Seite 4
Selbstdarstellung:
Womit kann die Verwaltung punkten?

Seite 5
Wie halte ich gute Arbeitskräfte?

Seite 6
Selbst aktiv werden: Wie können Kommunen Fachkräfte finden?

Seite 8
Inspirierendes aus dem Internet

Seite 11
Wie formuliere ich eine Stellenausschreibung und wie kommuniziere ich mit Bewerbenden?

Seite 12
Impressum

¹ Prof. Dr. Rainer Bernnat et al.: Fachkräftemangel im öffentlichen Sektor, PwC 2022.

² Der Begriff Kommune wird zur Vereinfachung der Texte als Synonym für Stadt, Gemeinde oder Landkreis verwendet.

Wo finden Verwaltungen qualifizierte Arbeitskräfte?

Anzeigen in der Lokalzeitung und in Online-Jobbörsen reichen oft nicht mehr aus, um Fachkräfte zu finden. Hier finden Sie Tipps, was Sie zusätzlich tun können.



?! DREI FRAGEN AN CARMEN WORCH
Geschäftsführerin der Worch Consulting

ONLINE-JOBBÖRSEN | Wer heute eine Stelle sucht, macht das oft auf Online-Portalen, wie z. B. Indeed, StepStone, Monster, Jobware oder der Arbeitsamt-Jobsuche. Es gibt aber auch spezifischere Jobbörsen:

- INTERAMT ist das Karriereportal des öffentlichen Dienstes. Dort erreichen Sie Menschen, die in der Verwaltung arbeiten wollen.
- Auch der Kommunal Stellenmarkt richtet sich speziell an Jobsuchende im öffentlichen Dienst.
- GreenJobs ist eine Jobbörse für Stellen im Umweltbereich. Häufig sind hier auch Stellen in der Mobilitätsplanung ausgeschrieben.

FACHSPEZIFISCHE PORTALE | Neben den klassischen Jobbörsen können Verwaltungen Stellenangebote auch in Fachportale platzieren. Beispielsweise im Pegasus-Netzwerk für Mobilitäts- und Verkehrsforschung oder beim Hessischen Städte- und Gemeindebund. Diese können die Angebote auf ihren Websites oder im Newsletter veröffentlichen. Auch die Arbeitsgemeinschaft Nahmobilität Hessen (AGNH) ist ein möglicher Multiplikator.

UNIVERSITÄTEN UND FACHHOCHSCHULEN KONTAKTIEREN | Es lohnt sich, den Kontakt zu Universitäten und Fachhochschulen zu suchen, die Mobilitätsstudiengänge anbieten. Lehrende, Fachbereiche oder Alumninetzwerke können Stellenausschreibungen über ihre Verteiler an ehemalige Studierende und wissenschaftliche Hilfskräfte schicken. Eine Ausschreibung im A4-Format können Sie zudem ausdrucken und ans schwarze Brett hängen. Listen mit Mobilitätsstudiengängen finden Sie online leicht über Suchmaschinen. Die Ansprechpersonen müssen Sie auf den Websites der entsprechenden Lehranstalten allerdings selbst recherchieren.

Auf welchen Kanälen würden Sie Stellenanzeigen schalten und von welchen würden Sie eher abraten?

Ich sehe immer noch Schwarz-Weiß-Anzeigen in der Zeitung „Kommune XY sucht...“. Diese Anzeigen kosten Summen im vierstelligen Bereich, und die gewünschte Zielgruppe wird sie nicht sehen, weil sie das Medium für die Job-Suche nicht nutzt. Neben Stellenausschreibungen auf den Online-Job-Plattformen werden soziale Netzwerke für das Recruiting immer wichtiger, und das gilt nicht nur für die Karrierenetzwerke LinkedIn und Xing. Je nach zu vergebender Position kann es lohnen, Stellenanzeigen auf Instagram oder TikTok zu posten oder zu schalten. Dort können Sie Millionen Menschen in Deutschland erreichen.

Mit welcher Einstellung sollten Arbeitgeber an die Suche nach Fachkräften herangehen?

Es braucht ein gewisses „Verkäufer-Mindset“. Denn es gilt im Bewerbermarkt, den Job und das Unternehmen an die gewünschten Talente zu verkaufen. Ich sehe heute immer noch, dass Arbeitgeber potenzielle Arbeitnehmer wie Bittsteller behandeln. Das muss sich ändern. Und der Bewerbungsprozess muss einfach und schnell sein.

Welche Methoden gibt es neben der klassischen Anzeige, um Bewerber zu finden?

Das Active Sourcing. Dabei werden geeignete Personen identifiziert und angesprochen. Diese können beispielsweise aus einem eigenen Talentpool stammen, in dem man ehemalige Bewerber oder Praktikanten führt, oder sie können gezielt über LinkedIn und Xing gesucht werden. Social Recruiting über die sozialen Medien kann sehr gute Ergebnisse bringen. Zudem besteht die Möglichkeit, dass Mitarbeitende neue Mitarbeitende werben.

Selbstdarstellung: Womit kann die Verwaltung punkten?

Mit einem guten Selbstmarketing zeigen sich Verwaltungen als attraktive Arbeitgeber.

Es gibt viele Gründe, die für die Arbeit in einer Verwaltung sprechen. Eine positive Selbstdarstellung gelingt vor allem durch die richtige, transparente Kommunikation und wenn deutlich wird, dass das Interesse an der Person im Mittelpunkt steht. Viele potenzielle Arbeitnehmende denken bei Verwaltungen zuerst an das verstaubte Image und langwierige Prozesse. Doch Sie haben es in der Hand, Interessierte vom Gegenteil zu überzeugen.

GEHALTSSTRUKTUR

Verwaltungen können bei Einstiegsgehältern oft nicht mit der freien Wirtschaft konkurrieren. Sie können jedoch mit den Vorteilen des Tarifvertrages punkten und diese hervorheben:

- Die tarifliche Einstufung richtet sich nach Qualifikation und Berufserfahrung.
- Es gibt keinen Gender-Pay-Gap.
- Mitarbeitende müssen ihr Gehalt nicht verhandeln.
- Die Höherstufung ist fest geregelt, sodass der Arbeitgeber keine leeren Versprechungen machen oder Gehaltsanpassungen verzögern kann.
- Der öffentliche Dienst macht Bezahlung und Gehaltsstruktur transparent.

JOBSICHERHEIT UND AUFSTIEGSCHANCEN

Arbeitsplätze im öffentlichen Dienst gelten als sicher. Diesen Pluspunkt können Sie für sich nutzen. Dasselbe gilt für die guten Aufstiegschancen: Sie punkten damit, dass Mitarbeitende für einen Aufstieg nicht den Arbeitgeber wechseln müssen. Zudem ist der Altersschnitt in der Verwaltung oft hoch, was Wege für den Nachwuchs öffnet. Hier können Sie mit guten Weiterbildungsangeboten und Beförderungsmöglichkeiten überzeugen. Wenn Quereinsteigende ebenfalls willkommen sind, sollten Sie dies

klar kommunizieren, um sie zur Bewerbung zu ermutigen. Dabei sollten Sie Bewerberinnen und Bewerber auch bei befristeten Stellen eine langfristige Perspektive aufzeigen und die Gründe für eine mögliche Befristung erklären.

EIN ARBEITSFELD MIT SINN

Ein Job in der Verwaltung bietet mehr als nur Büroarbeit und Bürokratie. Mitarbeitende erleben einen vielfältigen Arbeitsalltag mit direktem Kontakt zum städtischen Leben, zu Fachverbänden und Regionalzentren. Wer in der Verwaltung arbeitet, setzt sich für die Gemeinschaft ein

und steht im engen Austausch mit den Men-

schen vor Ort. Viele Bewerberinnen

und Bewerber suchen genau das:

eine Tätigkeit mit Sinn. Das können Sie für sich nutzen: Werben Sie mit der Arbeit für lebenswerte Städte, als Beitrag zur Nachhaltigkeit und zum Klimaschutz. Zeigen Sie die Kommune oder den Landkreis als attraktiven Wohnort und überzeugen Sie damit Fachkräfte von sich.

„Es macht viel aus,
wenn Bewerber sehen,
dass Kommunen sich auch
mal lustig oder interessant
präsentieren.“

Lisa Lauf, Stabsstelle Mobilität,
Klimaschutz, nachhaltige Kreis-
entwicklung und Umweltbildung
des Hochtaunuskreises

ARBEITGEBER-BENEFITS UND VORTEILE IM ÖFFENTLICHEN DIENST

Betonen Sie Benefits abseits der üblichen 30 Tage Urlaub oder des Zuschusses zum Jobticket:

- Flexible Arbeitsbedingungen wie Teilzeit, flexible Arbeitszeiten, die Möglichkeit zur Fernarbeit (remote work), Homeoffice-Tage, Sabbaticals
- Ergänzende Altersvorsorge durch die Zusatzversorgung
- Mitbestimmungsmöglichkeiten durch Betriebs- und Personalräte
- Zusätzliche Angebote wie die Möglichkeit für Dienstrad-Leasing oder Zuschüsse zu Sportangeboten im Sinne der Gesundheitsförderung

Wie halte ich gute Arbeitskräfte?

Die Zufriedenheit der Mitarbeitenden ist entscheidend im Wettbewerb um kompetentes Personal. Wer gut führt, sorgt deshalb für Wertschätzung und berufliche Perspektiven.

EINEN GUTEN START ERMÖGLICHEN

Der erste Eindruck zählt: Organisieren Sie einen strukturierten Onboarding-Prozess, der neuen Mitarbeitenden einen guten Start in der Verwaltung ermöglicht. Sie sollten neue Angestellte dabei mit den für ihre Arbeit wichtigen Ansprechpersonen, Prozessen und Arbeits-tools bekannt machen. Heißen Sie sie willkommen und nehmen Sie sich Zeit, die wichtigsten Abstimmungs- und Entscheidungswege in der Verwaltung zu erklären. Dieses Wissen zur Orientierung am Arbeitsplatz sollten Sie in einer Willkommensmappe oder im Intranet dokumentieren. So geben Sie neuen Arbeitskräften Sicherheit für den Start. Ermutigen Sie neue Mitarbeitende, Fragen zu stellen. Besonders hilfreich ist ein Mentorenprogramm: Stellen Sie Neueinsteigern für die ersten drei Monate eine Bezugsperson an die Seite. Um Verbindlichkeit zu schaffen, klären Sie diese Rolle bereits frühzeitig und erwähnen Sie diese Form der Unterstützung in der Stellenausschreibung.

OFFEN UND VERANTWORTLICH FÜHREN

Die Gehälter im öffentlichen Dienst können oft nicht mit denen in der freien Wirtschaft konkurrieren. Aber Geld ist nicht alles: Menschen wollen in einem Umfeld arbeiten, in dem sie sich wohlfühlen und ihre Fähigkeiten wirksam einbringen können. Sorgen Sie deshalb für eine ziel- und umsetzungsorientierte Arbeitskultur und eine kollegiale Atmosphäre. Kommunizieren Sie ehrlich und zeigen Sie sich offen für neue Ideen und Instrumente. Dazu gehört auch eine moderne IT-Umgebung. Zum Beispiel arbeiten Studierende an den Hochschulen mit Geoinformationssystemen, in der Verwaltung fehlen diese aber häufig. Das führt zu Frust. Stellen Sie sicher, dass Mitarbeitende nicht mehr Aufgaben übernehmen müssen, als sie bewältigen können. Diese Gefahr besteht besonders bei der integrierten Mobilitätsplanung, da diese viele Arbeitsbereiche berührt. Denken Sie auch an die mentale Gesundheit Ihres Personals: Wo Ihre Ange-

stellten die Verwaltung in politisch kontroversen Kontexten repräsentieren – etwa bei Beteiligungsformaten mit Bürgerinnen und Bürgern oder in den Gemeindevertretungen – sollten Sie sicherstellen, dass sie die nötige Unterstützung erfahren.

GUTES PERSONAL FÖRDERN UND BELOHNEN

Anerkennung ist ein starker Motivationsfaktor: Belohnen Sie gute Arbeit und schaffen Sie Transparenz darüber, wie Sie das machen. Kommunizieren Sie wertschätzend und ermutigen Sie Ihre Mitarbeitenden, auch wenn Umsetzungsprozesse in der Verwaltung mal zäh werden. Auf die Dauer sollte sich Anerkennung auch im Gehalt ausdrücken: Nutzen Sie Möglichkeiten für Bonus-Zahlungen innerhalb des bestehenden Tarifsystems. Schaffen und kommunizieren Sie Perspektiven für die berufliche Weiterentwicklung: Gerade hoch motivierte Angestellte wollen dazulernen und Verantwortung übernehmen. Motivieren Sie Ihre Mitarbeitenden, indem Sie systematisch überlegen, wie und wo Sie Anreize setzen können.

FLEXIBLE ARBEITSBEDINGUNGEN SCHAFFEN

Die Lebensumstände der Mitarbeitenden ändern sich im Laufe eines Berufslebens. Beispielsweise wenn sie ein Kind bekommen oder Angehörige pflegen. Damit Job und Privatleben miteinander vereinbar bleiben, können Sie Ihren Mitarbeitenden den Wechsel in die Teilzeitarbeit, Homeoffice oder flexible Arbeitszeiten ermöglichen. Machen Sie dies nicht, haben Arbeitnehmende oft keine andere Wahl, als sich nach einer neuen Beschäftigung umzusehen.



Selbst aktiv werden: Wie können Kommunen Fachkräfte finden?

So sprechen Sie Studierende, Schülerinnen und Schüler an und bereiten sich auf Quereinsteigende sowie ausländische Fachkräfte vor.

Gerade bei Schülerinnen und Schülern gilt eine Tätigkeit im öffentlichen Dienst oft als langweilig und nicht besonders spannend. Um bei jungen Menschen Neugier auf die Planungsarbeit in Ihrer Kommune zu wecken, ist eine überzeugende Selbstdarstellung (Seite 4) hilfreich. Darüber hinaus können Sie aber auch direkt in den Schulen ansetzen.

SCHÜLERINNEN UND SCHÜLER FÜR DIE PLANUNGSARBEIT BEGEISTERN

Schülerinnen und Schüler können sich nur für Berufe interessieren, die sie auch kennen. Kommunen brauchen eine gezielte Strategie, um potenzielle Nachwuchstalente anzusprechen. Ist Stadt- und Verkehrsplanung im Erdkundeunterricht nicht Teil des Lehrplans, können Sie aktiv werden, indem Sie mit Schulen zusammenarbeiten.

Sie können beispielsweise

- Projekttag organisieren, die den Beruf greifbar machen,
- Schnuppertage oder Schulpraktika anbieten.

Ein gemeinsames Konzept von Kommunen, Schulen, Hochschulen, Land und Berufsberatung erhöht die Sichtbarkeit planerischer Studiengänge. Die Arbeitsgemeinschaft fußgänger- und fahrradfreundlicher Städte, Gemeinden und Kreise in Nordrhein-Westfalen e. V. (AGFS NRW) zeigt auf der Website „Plane Deine Stadt“, wie das aussehen kann (siehe Seite 8). Auch wenn solche Maßnahmen zunächst zusätzlichen Aufwand bedeuten, können sie langfristig nachhaltige Lösungen gegen den Fachkräftemangel schaffen. Zudem profitieren die Beteiligten davon, Aufgaben zwischen den Kooperationspartnern aufzuteilen und Expertise auszutauschen. Darüber hinaus präsentieren Sie sich mit mutigen neuen Ansätzen als innovativer Arbeitgeber.

KOOPERATION MIT HOCHSCHULEN INTENSIVIEREN

Nur wenn Studierende kommunale Planungsarbeit kennenlernen, behalten sie Kommunen als mögliche Arbeitgeber für einen Jobeinstieg im Kopf. So können Sie diese Zielgruppe gezielt ansprechen:

- Stellen Sie aktuelle stadt- oder verkehrsplanerische Herausforderungen in Seminaren an Universitäten oder Fachhochschulen zur Diskussion. Das kann das Interesse der Studierenden wecken.
- Wenn Studierende in Kooperation mit ihrer Kommune Projekt- und Abschlussarbeiten durchführen, können sie Praxiserfahrung sammeln, und die Kommune erhöht ihre planerischen Kapazitäten vorübergehend.
- Ein duales Studium mit Mobilitäts- oder Planungsschwerpunkt integriert Studierende schrittweise in die kommunalen Strukturen. Dual Studierende bringen regelmäßig aktuelles Fachwissen von ihren Hochschulen ein und bleiben nach ihrem Abschluss häufig in der Kommune, in der sie bereits eingearbeitet sind. Trauen Sie sich ein Pilotprojekt zu und nutzen Sie die Erfahrung aus schon existierenden dualen Studiengängen z. B. in der Verwaltung. Ein weiterer Pluspunkt: Sie zeigen sich als attraktiver Arbeitgeber, der in die Ausbildung und Zukunft seiner Mitarbeitenden investiert, und verbessern Ihr Image.

BEZAHLTE PRAKTIKA UND STELLEN FÜR WERKSTUDIERENDE FINANZIEREN

„Kommunen sollten bezahlte Praktika und Stellen für Werkstudierende anbieten. Andernfalls nehmen sie sich eine große Chance“, erklärt Prof. Dr. Volker Blees von der Hochschule RheinMain im Gespräch mit der Redaktion. Wenn Finanzmittel für Hilfskräfte knapp sind, planen Sie vorausschauend und prüfen Ihre Optionen:

- Überlegen Sie frühzeitig, wo und wie viel Unterstützung Sie brauchen.
- Planen Sie finanzielle Mittel für Werkstudierende in Ihren Haushalt ein und kalkulieren Sie die Kosten.
- Prüfen Sie, ob Werkstudierende in Projekten beschäftigt und über Projektbudgets finanziert werden können.
- Recherchieren Sie Fördermöglichkeiten auf Landes-, Bundes- oder EU-Ebene.

Die Investition in eine organisatorische und administrative Vorbereitung zahlt sich langfristig aus, wenn sie mehr Nachwuchs anlockt.

QUEREINSTIEG FÖRDERN

Die sinnstiftende Arbeit im Bereich Mobilität und Nachhaltigkeit kann auch Fachfremde dazu inspirieren, ihren Beruf oder die Branche zu wechseln. Quereinsteigende bringen oft eine hohe Eigenmotivation mit und sind bereit, sich entsprechend einzuarbeiten und gezielt fortzubilden. Kommunen profitieren, wenn sie diese Bereitschaft unterstützen:

- Kommunizieren Sie klar, falls Bewerbungen von Quereinsteigenden bei Ihnen willkommen sind, was diese an Qualifikationen mitbringen sollten und welche Vorteile sie bei Ihnen genießen.
- Bieten Sie umfangreiche Fortbildungs- und Weiterbildungsoptionen an, z. B. die Finanzierung eines Fernstudiums.
- Unterstützen Sie Quereinsteigende durch eine passgenaue Gestaltung der Arbeitsbedingungen, z. B. mit freien Nachmittagen zum Lernen.

Wer auf der Suche nach einer neuen, nachhaltigeren Richtung ist und dazulernen möchte, wird so auf Sie aufmerksam.

INTERNATIONALE FACHKRÄFTE GEWINNEN

Eine weitere Möglichkeit, um sich Personal zu sichern, ist die Rekrutierung internationaler Fachkräfte. Hier können Sie sich über die administrativen Voraussetzungen und Förderprogramme informieren:

- Fachkräfte aus der EU, den Ländern des Europäischen Wirtschaftsraumes und der Schweiz können ohne zusätzliche Genehmigungen beschäftigt werden.
- Fachkräfte aus Drittstaaten benötigen i. d. R. eine Arbeits- und eine Aufenthaltsgenehmigung.
- Förderprogramme wie „Make it in Germany“ bieten Unterstützung bei der Rekrutierung und Integration internationaler Fachkräfte.
- Bei der Anerkennung von Qualifikationen unterstützt Sie das Informationsportal der Bundesregierung, z.B. mit einem Anerkennungs-Finder.
- Unterstützen Sie ausländische Mitarbeitende mit Sprachkursen und begleiten Sie sie bei der Integration.



Inspirierendes aus dem Internet

Wie lassen sich junge Menschen vom Studium der Verkehrsplanung und Mobilitätsplanung überzeugen? Wo lerne ich mehr über die Methoden der Personalsuche? Und wie sieht eine moderne kommunale Recruiting-Kampagne aus? Das zeigen unsere Beispiele.

PLANE DEINE STADT

Junge Menschen für Studium und Beruf im Bereich Verkehrsplanung und Mobilitätsplanung begeistern: Das will die Online-Plattform „Plane deine Stadt“ der Arbeitsgemeinschaft fußgänger- und fahrradfreundlicher Städte, Gemeinden und Kreise in NRW e. V. (AGFS). Dort informiert die AGFS über Inhalte des Studiums, Studienangebote und Praktika in Nordrhein-Westfalen, potenzielle Arbeitgebende und Aufgaben im Arbeitsalltag. Das vom Landesverkehrsministerium Nordrhein-Westfalen geförderte Portal ist derzeit einzigartig in Deutschland. In Hessen können die Kommunen und Landkreise das Portal nutzen, um z. B. mit den Hochschulen in NRW in Kontakt zu treten und die Studierenden auf Stellenangebote hinzuweisen.

www.plane-deine-stadt.de

KOFA – Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung

Das Web-Portal des KOFA gibt Ihnen eine Vielzahl an nützlichen Tipps zur Rekrutierung von Mitarbeitenden und dazu, wie Sie Fachkräfte halten. Zudem bietet das Kompetenzzentrum kurze Online-Trainings an, in denen Sie beispielsweise in 15 Minuten lernen, wie Sie als Arbeitgeber Bewerbungsgespräche effizienter führen. Das Portal bietet ebenfalls Daten und Fakten zu Arbeitsmarkt und Fachkräftemangel, weiterführende Literatur und einen Podcast an. Das KOFA ist eine Initiative des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK).

www.kofa.de

Kreative kommunale Kampagnen und Karriereportale

BADEN-BADEN SUCHT „TIERISCHE TALENTE“

Die Stadt Baden-Baden sucht mit einer Kampagne nach „tierischen Talenten“. Bei der Stadt arbeitet bereits der Papiertiger in der Stadtverwaltung, die Löwenmutter betreut Kinder in der Kita, die Biber-Baumeisterin gärt in den Parks und die Sparfüchsin kümmert sich um die Finanzen. Hinter diesen tierischen Avataren verbergen sich echte Mitarbeitende, die in kurzen Steckbriefen von ihrem Karriereweg, ihren Aufgaben und den Weiterbildungsmöglichkeiten bei der Stadt erzählen. Am Ende steht die Aufforderung, sich mit den eigenen tierischen Talenten bei der Stadt zu bewerben.

www.wir-im-rathaus.de





VIEL BILD, WENIG TEXT: BONN-MACHT-KARRIERE.DE

Mit einem Augenzwinkern sucht die Stadt Bonn den Straßenkünstler – einen Bauingenieur mit Bachelor-Abschluss, eine Raumfahrerin – eine Auszubildende zur Vermessungstechnikerin – und den Waldmeister – einen Auszubildenden zum Forstwirt. Der Aufgabenbereich der jeweiligen Stellen wird auf der Website mit mehreren großen Bildern und wenig Text beschrieben. Das weckt Lust zum Mitarbeiten.

karriere.bonn.de



HANAU MODERNES KARRIEREPORTAL MIT MOTTO

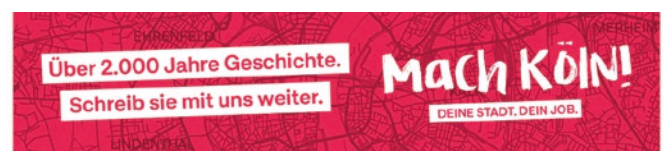
Unter dem Motto „Stadt echt machen. Ein Job für alle“ sucht die Stadt Hanau Mitarbeitende für die Verwaltung und die kommunalen Eigenbetriebe. Bereits die vielen Bilder von Büroangestellten, Feuerwehrleuten, der Stadtpolizei oder Fachkräften in technischen Berufen zeigen: Wir haben Job und Ausbildungsplätze für jede und jeden im Angebot.

www.karriereportal-hanau.de

MIT STORYTELLING SUCHT KÖLN DIE „KÖLNMACHER*INNEN“

Die Stadt Köln zeigt auf ihrer Karriere-Website noch vor den Stellenangeboten einen Block mit sieben Videos, in denen Mitarbeitende ihre Geschichte erzählen: Beispielsweise Rola K., eine alleinerziehende Mutter aus dem Libanon, die nach einer zunächst abgelehnten Bewerbung von der Stadt in Weiterbildungsangebote für junge Menschen mit Migrationshintergrund und Angebote für alleinerziehende Eltern vermittelt wurde und heute im gehobenen Dienst im Ausländeramt arbeitet. Oder der gelernte Metzger und dreifache Vater Sascha J., der bei der Stadt ein duales Studium gemacht hat und heute im Katasteramt für die IT zuständig ist. Die Videos sind Teil der Recruiting-Kampagne „Mach Köln! Deine Stadt. Dein Job.“

www.stadt-koeln.de/machkoeln



© Stadt Köln/Castencrow

Wir sind eine Arbeitgeberin mit rund 22.000 Kolleg*innen in zehn Dezernaten, über 80 Ämtern und in mehr als 700 Berufen. Zusammen haben wir eine Mission:

Wir machen Köln! Lebenswerter, bunter – besser.

Bei uns arbeiten Stadtmanager*innen, Ingenieur*innen, Gärtner*innen, Erzieher*innen, IT-ler*innen, Ordnungskräfte und Kommunikationsprofis. Aber auch Zahlen- und

Wie formuliere ich eine Stellenausschreibung und wie kommuniziere ich mit Bewerbenden?

Dieser Beitrag liefert Ihnen Tipps zur Formulierung und zum inhaltlichen Aufbau von Stellenausschreibungen, sowie zur Kommunikation mit den Bewerbenden.

SPRACHE

Klar, knapp, dynamisch

Auch für Stellenanzeigen gelten die allgemeinen Regeln für gutes Schreiben: Formulieren Sie klar, lebendig und in kurzen Sätzen. Gehen Sie sparsam mit Fachbegriffen um und vermeiden Sie Bürokratendeutsch! Die goldene Regel: Substantive meiden, Verben suchen. Das heißt: Schreiben Sie nicht „Ihr Aufgabenbereich umfasst die Erstellung einer Konzeptionierung zur Steigerung der Aufenthaltsqualität.“ Schreiben Sie: „Sie entwickeln Vorschläge und Ideen, wie unsere Kommune den öffentlichen Raum schöner, vielfältiger und lebendiger gestalten kann.“ So wirken Sie gleich deutlich dynamischer.

Kein Copy-and-Paste!

Vielen Stellenbeschreibungen ist anzumerken, dass sie Passagen aus bereits vorliegenden Konzepten oder Verwaltungsdokumenten enthalten. Diese Texte wirken oft hölzern und unnahbar. Machen Sie sich die Mühe: Sagen Sie es mit Ihren eigenen Worten. Dadurch wirkt die Stellenanzeige deutlich authentischer und sympathischer. Versuchen Sie nicht um jeden Preis so offiziell wie möglich zu klingen. Trauen Sie sich, mit Ihrer eigenen Stimme zu sprechen: Auch Institutionen dürfen menschlich klingen!

INHALTE

Was macht eine gute Stellenanzeige aus? Neben den Standard-Inhalten wie Jobtitel, Bewerbungsschluss, Benefits und Kontakt sollten Sie folgende Tipps beachten:

- Machen Sie deutlich, dass Ihnen der Mensch auf der anderen Seite wichtig ist. Sie tun das zum Beispiel, indem Sie auf Onboarding-Prozesse und Entwicklungsmöglichkeiten hinweisen („Wie wir Sie begrüßen und fördern“).
- Welche Standortvorteile bietet Ihre Kommune? Auch kleinere Städte und Gemeinden sind für viele Bewerbende attraktiv. Sagen Sie, was Ihre Stadt, Region oder Arbeitskultur besonders macht!
- Listen Sie nicht zu viele Anforderungen auf. Oder fordern Sie explizit Menschen zur Bewerbung auf, die nicht alle genannten Fähigkeiten haben. Gerade Frauen werden oft von Bewerbungen abgeschreckt, wenn sie einzelne Punkte nicht erfüllen. Wenn Sie Bewerbungen von Quereinsteigenden akzeptieren, ermutigen Sie diese ausdrücklich.
- Fokussieren Sie die Stellenanzeige stattdessen auf die drei wichtigsten Erfahrungen oder Fähigkeiten, die für die Stelle benötigt werden.
- Sorgen Sie für Transparenz beim Gehalt: Was bedeutet TVÖD 11 in Zahlen? Welche Zusatzleistungen gibt es: etwa ein 13. Gehalt oder einen Zuschuss zum Fitness-Studio?
- Beschreiben Sie die offene Stelle nicht nur als Bürojob. Betonen Sie stattdessen den Austausch mit der Stadtgesellschaft, fachlichen Netzwerken oder Regionalverbänden.



DAS TEAM ALS MULTIPLIKATOR

Über Plattformen wie LinkedIn können Sie Ihrer Stellenausschreibung zusätzliche Reichweite verschaffen. Darüber hinaus bieten diese die Chance, die Anzeige in einen persönlicheren Kontext zu stellen: Teammitglieder und Führungskräfte können die Anzeige teilen und mit einem persönlichen Aufruf verbinden. Sie können die Aufgaben noch einmal in eigenen Worten beschreiben, bereits erreichte Meilensteine nennen und betonen, wie kollegial die Arbeitsatmosphäre und wie spannend die Herausforderungen sind. Außerdem können Sie einen LinkedIn Post auch mit einem sympathischen Teamfoto oder Bildern einer tollen Maßnahme versehen, die Sie gemeinsam umgesetzt haben. Bewerbende können sich so eine viel bessere Vorstellung machen, was es heißt, in Ihrem Team zu arbeiten.

Von der Bewerbung zum Vorstellungsgespräch

Stellen Sie sicher, dass Sie auf Bewerbungen und Fragen zum Job zügig antworten. Gerade ambitionierte Bewerbende werden oft von langen Bearbeitungszeiten und schleppender Kommunikation abgeschreckt. Sollte es doch einmal etwas länger dauern, kommunizieren Sie dies klar und frühzeitig. Denn Bewerbende schreiben selten nur eine Bewerbung, und kommt die Eingangsbestätigung erst nach zwei Wochen, ist es womöglich schon zu spät. Stellen Sie sicher, dass die fachlich Vorgesetzten anwesend sind, wenn Bewerbende zu Vorstellungsgesprächen kommen, und nicht nur Mitarbeitende der Personalabteilung. So vermeiden Sie, dass Kandidatinnen und Kandidaten zweimal zum Gespräch kommen müssen, um Antworten auf ihre Fragen zu Projekten und Arbeitsabläufen zu bekommen.

Impressum

AUFTRAGGEBER

Hessisches Ministerium für Wirtschaft,
Energie, Verkehr, Wohnen und ländlichen Raum
Kaiser-Friedrich-Ring 75
65185 Wiesbaden
www.wirtschaft.hessen.de

HERAUSGEBERIN

Hessen Trade & Invest GmbH
Fachzentrum Nachhaltige
Mobilitätsplanung Hessen
Bessie-Coleman-Straße 7
60549 Frankfurt am Main
www.htai.de
www.mobilitaetsplanung-hessen.de

AUTOREN

Benjamin Kühne
Maren Otto
Tim Albrecht

REDAKTION UND GESTALTUNG

fairkehr-Verlagsgesellschaft mbH
www.fairkehr.de

BILDRECHTE

Titelbild: © Fachzentrum
Nachhaltige Mobilitätsplanung Hessen
Seite 3: © Carmen Worch
Seite 5: Die Grafik wurde mit KI generiert.
Seite 7: Die Grafik wurde mit KI generiert.
Seite 8: © Stadt Baden-Baden /
dreimaleins Marketing GmbH
Seite 9: © Screenshot/Stadt Bonn, © Screenshot/Stadt
Hanau, © Screenshot/Stadt Köln
Seite 11: Die Grafik wurde mit KI generiert.

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Hessen Trade & Invest GmbH herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerbenden oder Wahlhelfenden während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Bundestags-, Landtags- und Kommunalwahlen sowie Wahlen zum Europaparlament. Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlkampfveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl darf die Druckschrift nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Landesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte. Die genannten Beschränkungen gelten unabhängig davon, wann, auf welchem Weg und in welcher Anzahl die Druckschrift den Adressaten zugegangen ist. Den Parteien ist es jedoch gestattet, die Druckschrift zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder zu verwenden.

Dezember 2025