

Kreative Ideen für Personalgewinnung in der Entsorgungswirtschaft

Preisträger und Einsendungen
2024

Liebe Leserin, lieber Leser,

zum Creativ-Preis 2024 mit dem Motto „**Kreative Ideen für Personalgewinnung in der Entsorgungswirtschaft**“ haben wir viele großartige, inspirierende Beiträge erhalten. Auch wenn es nur einen Gewinner pro Kategorie geben kann, soll aber keine Idee verloren gehen. Deshalb wollen wir Ihnen mit dieser kleinen Best-Practice-Broschüre alle Beiträge vorstellen, die uns erreicht haben – denn, so sind wir überzeugt: Jede einzelne davon kann andere Unternehmen, eine andere Recruiterin oder einen Recruiter inspirieren, in Zeiten des Fachkräftemangels neue Kollegen zu gewinnen.

Und, so viel sei schon verraten: Es gibt auch einen Sonderpreis für ein ganz besonderes Projekt. Wir wünschen Ihnen viel Freude bei der Lektüre!

*Der VKU-Fachausschuss
Unternehmenskommunikation*

Über den Preis

Der **Creativ-Preis der Abfallwirtschaft und Stadtsauberkeit** wird alle zwei Jahre unter den VKU-Mitgliedsunternehmen ausgelobt. In diesem Jahr stand mit dem Motto „**Kreative Ideen für Personalgewinnung in der Entsorgungswirtschaft**“ das Thema Recruiting im Fokus.

Dafür wollten wir wissen: Wie versuchen Sie Azubis, Fachpersonal für IT- und Ingenieurbereich und für Müllabfuhr und Straßenreinigung zu gewinnen? Welche besonderen, größeren wie auch kleineren Aktionen haben Sie umgesetzt? Haben Sie die Maßnahmen aus dem Unternehmen heraus entwickelt oder eine Agentur eingeschaltet? Welche Zielgruppen haben Sie wie angesprochen? Und wie viele neue Mitarbeitenden wurden im Ergebnis gewonnen?

Aus den Einsendungen wurden drei Projekte nach den folgenden Kriterien ausgewählt:

- **Kreativität & Originalität**
- **Besonderheit der Maßnahme(n)**
- **Lösungsorientierung**
- **Nachahmbarkeit der Maßnahme**
- **Aufbereitung der Bewerbungsunterlagen**

Die drei Preise sind mit jeweils 1.500 Euro dotiert und werden in München auf der IFAT, der Weltleitmesse für Wasser-, Abwasser-, Abfall- und Rohstoffwirtschaft, offiziell in einer kleinen Zeremonie verliehen.



Die Preisträger 2024

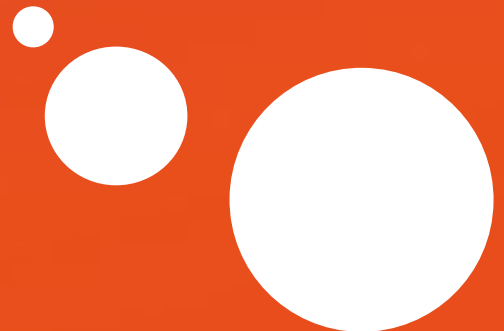
In den Kategorien:

Unternehmen mit
bis zu 200 MitarbeiterInnen

Unternehmen mit
bis zu 1.000 MitarbeiterInnen

Unternehmen mit
mehr als 1.000 MitarbeiterInnen

Sonderpreis des Creativ-Preises
der Abfallwirtschaft und Stadtsauberkeit 2024





Die Social-Recruiting-Kampagne des VIVO Kommunalunternehmen Warngau

Die traditionellen Anwerbewege über Print- und Onlineanzeigen waren erschöpft, keiner hatte zur Einstellung neuer Mitarbeitenden geführt – vor allem war ein neuer Betriebselektroniker dringend gesucht worden. Deshalb hat das VIVO Kommunalunternehmen Warngau schließlich eine Agentur für Personalmarketing damit beauftragt, eine digitale Anwerbekampagne zu erstellen. Dafür drehte die Agentur Alpha-Persona ein Video mit einem Mitarbeiter vor Ort. Im Video spricht dieser authentisch und überzeugend neue Kollegen an, zeigt die abwechslungsreiche Tätigkeit in Zusammenarbeit mit seinen Kollegen und erklärt die arbeitnehmerfreundlichen Rahmenbedingungen und die vielfältigen Beschäftigungsmöglichkeiten. Zudem zeigt das Video das mit einer Kameradrohne gefilmte Betriebsgelände und die Umgebung. Mit einem eigens dafür erstellten Facebookprofil erstellte die Agentur eine digitale Werbeanzeige mit dem beschriebenen Video und mit Fotos für verschiedene soziale Medienkanäle.

Auf einer Bewerberseite im Corporate Design des VIVO KU Warngau konnten sich Interessierte in 60 Sekunden über eine einfache Eingabemaske bewerben. Im Anschluss wurde mit jedem Bewerber ein strukturiertes Telefoninterview geführt und bei gegenseitigem Interesse ein Vorstellungsgespräch vereinbart. Auf diese Weise konnte das VIVO KU Warngau inzwischen auch bereits in zwei anderen Berufsfeldern qualifizierte neue Mitarbeitende einstellen.

„Uns hat der kreative Ansatz mit eigenen Mitarbeitern als Testimonials sehr gefallen, auch wegen der hohen Authentizität in den Mitarbeitervideos. Auch die Kombination von gut gemachtem und leicht nachahmbarem Videomaterial und der technischen Unterstützung – über ein Funnel und eine einfache Online-Bewerbung – hat uns überzeugt,“ so die Jury in ihrem Urteilsstatement.

Kontakt

Cordula Schmeer
VIVO Kommunalunternehmen
 Vallever Str. 60
 83827 Warngau
 Tel.: +49 8024 303 818
 cordula.schmeer@vivowarngau.de
 www.vivowarngau.de





„In nur 60 Sekunden zum neuen Job“ – der „Perspective-Funnel“ der AVR Kommunal AöR

Vor der Herausforderung des Fachkräftebedarfs wollte die AVR Kommunal AöR, öffentlich-rechtlicher Entsorgungsträger im Rhein-Neckar-Kreis, neue Wege beschreiten. Für die Position Werkstattmitarbeiter:in Fahrzeugreparatur und -instandsetzung entwickelte die AVR Kommunal gemeinsam mit einem Personaldienstleister einen „Perspective Funnel“ (englisch „funnel“ für Trichter). Dieser sollte kurz das Unternehmen vorstellen und diese Stelle beschreiben. Auch die mit dem Job verbundenen konkreten Benefits wurden knapp und prägnant dargestellt. Anhand von Fotos aus dem Werkstattalltag konnten Interessierte einen ersten Eindruck von Arbeitsplatz und Kollegen bekommen und danach einen Fragebogen, bestehend aus vier Fragen, beantworten und absenden. Darin wurden die bisherige Berufserfahrung, die eigene Vorstellung von seinem Traumjob sowie die Priorisierung der Möglichkeit zur beruflichen Weiterentwicklung abgefragt.

Am Schluss konnte ein Onlineformular mit den persönlichen Kontaktdaten ausgefüllt werden und die offizielle Bewerbung durch einen Klick auf den Button „jetzt absenden“ abgeschickt werden. Dauer dieses Prozesses: 60 Sekunden. Um auf den Funnel aufmerksam zu machen, schaltete die AVR Kommunal AöR teils animierte und auffällige Social Media-Anzeigen auf Facebook und Instagram, die bereits an die Zielgruppe angepasst waren.

„Uns hat die unkomplizierte und innovative Methode überzeugt, mit der die AVR Sinsheim dem Fachkräftebedarf begegnet“, so ein Jurymitglied.

Kontakt

Tim Heringer
AVR Kommunal AöR
 Dietmar-Hopp-Str. 8
 74889 Sinsheim
 Tel.: +497261931119
 tim.heringer@avr-kommunal.de
 www.avr-kommunal.de





Der „Matchday“ der Stadtreinigung Hamburg (SRH)

Ausgezeichnet wird die Stadtreinigung Hamburg mit dem „Matchday“. Die Beschäftigtenstruktur in der Abfallwirtschaftsbranche ist männlich dominiert. Zeit zum Handeln, um das Berufsbild „Entsorgerin“ für Frauen zugänglich und attraktiv zu machen. Gemeinsam mit der Agentur Concept Art wurde eine Recruitingkampagne entwickelt, die die Botschaft, Frauen für den gewerblichen Bereich der SRH zu begeistern, sympathisch transportiert. Herzstück der Kampagne: Die Bewerbung eines Veranstaltungstags (Matchday) zur Rekrutierung von Frauen. Zur Ausspielung wurde eine Multi-Channel-Kampagne initiiert und an verschiedenen Touchpoints online sowie offline ausgespielt. Am Veranstaltungstag, der im Zuge der Kampagne inhouse konzipiert wurde, konnten Frauen die gewerblichen Tätigkeiten ausprobieren. Abgerundet wurde die Veranstaltung durch ein Job-Speed-Dating. Mit vollem Erfolg: 66 % der 240 Teilnehmerinnen haben sich für einen Job beworben, 54 Frauen wurden eingestellt. Gleichzeitig wurde ein neuer Arbeitgeberauftritt entwickelt, um in Zeiten eines umkämpften Arbeitsmarktes passende Talente zu finden. Der Claim „Für die einen ist es, ...“ lädt Job-Interessierte dazu ein, neugierig zu werden. Ein „Job mit Sinn“ – damit kann die SRH punkten. Schließlich ist ein Job im #Team-Orange der Einsatz für ein sauberes Hamburg. Um beide Kampagnen authentisch zu vermitteln, wurden Mitarbeitende der SRH abgelichtet und als „Markenbotschafter:in“ in Szene gesetzt.

„Berufe mit Sinn, die einen echten Mehrwert für die Gesellschaft bieten, haben einen großen Einfluss auf unsere Lebensqualität. Der „Matchday“ überzeugt durch seine authentischen Protagonist:innen, die authentisch die Freude am Job vermitteln. Das Ergebnis: 66 % der 240 Teilnehmerinnen haben sich für einen Job beworben, 54 Frauen wurden eingestellt. Und: Die Aktion ist mit einfachen Mitteln nachahmbar“, so das Resümee der Jury.

Kontakt

Jörn Lamprecht
Stadtreinigung Hamburg
 Bullerdeich 19
 20531 Hamburg
 Tel.: +494025761210
 joern.lamprecht@stadtreinigung.hamburg
 www.stadtreinigung.hamburg



STADTREINIGUNG.HAMBURG



Integration von Menschen mit Handicap durch den **Kommunalservice Jena (KSJ)**

„Stillstand ist Rückschritt“ dieser betriebswirtschaftliche Grundsatz gilt auch, oder erst recht, für die kommunale Abfallwirtschaft.

Wer für sich in Anspruch nimmt, Dienstleister für eine gesamte Stadtgesellschaft zu sein, muss ein verändertes Nachfrageverhalten erkennen und zeitnah darauf reagieren. Und in diesem Zusammenhang sind die Herausforderungen nicht nur im Leistungsangebot zu reflektieren, sondern auch bei der Konzeption zur Leistungserbringung. Wiederverwertung und Recycling sind längst ein gesamtgesellschaftlich getragener Anspruch an das Selbstverständnis der Bürgerinnen und Bürger in unserer Stadt. Integration und Inklusion gleichermaßen.

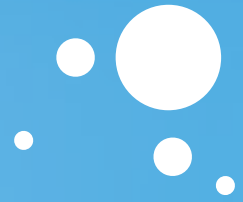
Daher hat der KSJ mit dem erweiterten Angebot zum Tausch von wiederverwendbaren Bedarfsgegenständen (Tauschhaus 2.0) auch gleich ein weiteres Pilotprojekt der Personalgewinnung gestartet. Menschen mit Handicap sind nicht nur Teil der Belegschaft, sondern verantworten in Form sogenannter betriebsintegrierter Arbeitsplätze (Außenarbeitsplätze) ein Leistungsangebot welches sich durch konventionelle Personalgewinnung schwierig besetzen lässt, z. B. in den Bereichen Service, Gärtnerei oder Elektroschrott. Mittlerweile sind dort zwölf Kolleginnen und Kollegen mit Handicap innerhalb der Belegschaft selbstständig tätig.

Kontakt

Martin Steglitz
Kommunalservice Jena
Löbstedter Str. 56
07749 Jena
+4936414989251
martin.steglitz@jena.de
ksj.jena.de



kommunal service jena



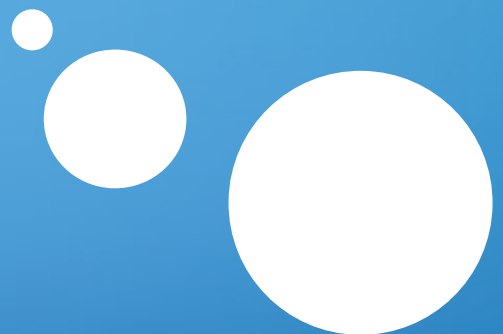
Die Einsendungen 2024

In den Kategorien:

Unternehmen mit
bis zu 200 MitarbeiterInnen

Unternehmen mit
bis zu 1.000 MitarbeiterInnen

Unternehmen mit
mehr als 1.000 MitarbeiterInnen





Eine Vielzahl an qualifizierten Bewerbern – dank Algorithmus: **DOWERT - Dortmunder Wertstoffgesellschaft mbH**

Die klassischen Prozesse der Personalgewinnung, die mit einer Stellenanzeige in der Tageszeitung starten, sind insbesondere für den gewerblichen Bereich tot. Auch Social Recruiting steht hier im Wettbewerb Schlange und zeitigt weniger zufriedenstellende Ergebnisse.

Das Startup LoadUp hat diese Mängel durch einen vorgeschalteten Algorithmus gelöst.

„Wir freuen uns über dieses Tool zum Social Recruiting, denn wir haben – anders als im konventionellen Social Recruiting – über den Algorithmus eine Vielzahl an qualifizierten Bewerbungen erhalten“, sagt Georg Krieger, Geschäftsführer von DoWert. „Dadurch haben wir als Arbeitgeber viel weniger Aufwand und können darüber hinaus in kürzerer Zeit auch mehr neues Personal einstellen.“

DoWert hat so über Nacht mehr als 20 Bewerbungen erhalten, nachfolgend ein Assessmentcenter durchgeführt. Wir konnten tatsächlich eine Personalauswahl für Fahrer treffen und alle freien Stellen kurzfristig besetzen!“

Im Vergleich zum klassischen Social Recruiting findet der Algorithmus in einer eigens gebauten Datenbank passende

Bewerber in einem vorab zu definierenden Umkreis. Diese dienen als Futter für die Social Media-Algorithmen und zeigen so Meta und Co. an, welche Bewerberprofile in der definierten Region gesucht werden. In dieser Region wird die Werbung des Arbeitgebers dann passgenau nur den Profilen angezeigt, die Übereinstimmungen mit den „Futter“-Profilen aufweisen. Durch diese niederschwellige und qualifizierte Kontaktaufnahme ist die Eingangsqualifizierung bereits abgeschlossen – der eigentliche Auswahlprozess kann beginnen.

Kontakt

Georg Krieger
Geschäftsführung DOWERT
 Deusener Str. 47, 44369 Dortmund
 +49 231 9111 180
 G.Krieger@dowert.de
 www.dowert.de

DOWERT
 DORTMUNDER WERTSTOFF GMBH



„Alltagshelden im Rampenlicht“ der APM Abfallwirtschaft Potsdam-Mittelmark GmbH (APM GmbH)

Die Kampagne der APM GmbH setzt auf visuelle und emotionale Ansprache. Die Abfallwirtschaft sollte als attraktive Berufsbranche dargestellt werden, u.a. um den Fachkräftemangel zu bewältigen. So setzt die Kampagne „Alltagshelden im Rampenlicht“ auf visuelle und emotionale Ansprache:

- Der **Teamgeist** wird betont, um das Bild einer kooperativen Arbeitsumgebung zu schaffen (z.B. „Wir laufen uns schon mal warm“).
- Die **Geschlechterunabhängigkeit** unterstreicht, dass auch Frauen Müllwerkerin oder Kraftfahrerin in einer männerdominierten Branche werden können (z.B. „Super Team, schicket Outfit!“).
- Die **regionale Verankerung** wird hervorgehoben, um die Vertrauenswürdigkeit der APM GmbH im lokalen Umfeld zu betonen (z.B. „Kein Weg ist uns zu weit“)
- Auf **Kinder- und Bürgerfreundlichkeit** wird gesetzt, um negative Vorurteile gegenüber der Abfallwirtschaft zu minimieren (z.B. „Komm'se rinn“).
- Die **Technikbegeisterung** macht die Branche für technikaffine Fachkräfte attraktiv (z.B. „Unsere Hot-Wheels“).
- Die **Betonung der Entsorgungssicherheit** unterstreicht die professionelle Ausführung der Aufgaben im Auftrag des ÖRE (z.B. Motiv „Hand druff!“).

- Nicht zuletzt gehört zu einem gelungenen Arbeitsalltag **Humor** (z.B. „Letzter Tango“).

Die Wahl von internen und externen Kommunikationskanälen sowie die Teilnahme an berufsorientierenden Veranstaltungen verdeutlichen die strategische Ausrichtung des Projekts. So werden intern die Mitarbeitenden positiv an die APM GmbH gebunden. Extern wird das Unternehmen als Betrieb dargestellt, dessen Bedeutung essentiell für das Gemeinwesen ist und der als attraktiver Arbeitgeber gilt.

Kontakt

Diana Grund
APM Abfallwirtschaft Potsdam-
Mittelmark GmbH
 Bahnhofstr. 18
 14823 Niemegek
 Tel.: +493384330648
 presse@apm-niemegk.de
 www.apm-niemegk.de



Fahrer & Müllwerker (w/m/d) in der Abfallentsorgung

Jetzt direkt bewerben

Du benötigst noch weitere Informationen?



Deine Aufgaben



Deine Vorteile



Dein Team

Der Bewerbungsfunnel des Abfallentsorgungs- und Stadtreinigungsbetriebs Paderborn (ASP)

Durch den neu eingeführten Einsatz einer „Trichterlösung“ („Funnel“) hat der ASP im Bewerbungsverfahren neue Wege in der Kommunikation mit zeitgerechten Medieninstrumenten beschritten.

Die traditionelle externe Personalgewinnung erfolgte in der Vergangenheit zunächst über Printmedien. Diese Stellenanzeigen wurden über die Internetseiten des Betriebes und anderer Jobbörsen angereichert. Diese Methoden sprechen jedoch nur entschlossene Bewerber an, die sich auf aktiver Suche befinden. Um auch den unentschlossenen, latent auf Jobsuche befindlichen Kandidaten zu erreichen, erfolgte eine erweiterte Zielformulierung des Social-Media basierten Bewerbungsfunnels. Mittels vordefinierter Ansprechalgorithmen erhalten die jeweiligen potentiellen Bewerber über die Kanäle Instagram und Facebook das Jobangebot auf das Smartphone. Innerhalb dieses Angebotes besteht dann die Möglichkeit sich mit weniger als „5 Klicks“ über den Job und den Arbeitgeber zu informieren und ohne Bewerbungsunterlagen mit „3 Klicks“ sofort zu bewerben. Die weitere Kommunikation und die Vervollständigung der Bewerbung erfolgt dann online über E-Mail. Einzig das persönliche Vorstellungsgespräch zum Abschluss des Auswahlverfahrens führt zu einem Medienbruch im Bewerbungs- und Auswahlprozess. Der Vorteil dieser Lösung liegt zum einen auf der Seite des Bewerbers, der mit der unkomplizierten und damit einfachen Möglichkeit, quasi vom heimischen Sofa

aus, unkompliziert einen ersten Kontakt zu dem potenziellen Arbeitgeber herstellen kann. Zum anderen erhöht sich zum Vorteil des ASP die Anzahl der Bewerber nachweislich. Die Digitalisierung des Bewerbungsprozesses ermöglicht die zeitnahe Reaktion auf die Bewerbung. Es geht hier bildlich gesprochen darum, den „Fisch nicht wieder von der Angel zu lassen“.

Kontakt

Christoph Lüthen
Abfallentsorgungs- und Stadtreinigungs-
betrieb Paderborn (ASP)

An der Talle 21
33102 Paderborn
Tel.: +4952518811703
c.luethen@asp-paderborn.de
www.asp-paderborn.de





Ausbildungstag im Baubetriebshof der Stadt Bruchsal

Die Stadt Bruchsal veranstaltete 2023 einen Ausbildungstag im Baubetriebshof. Dafür lud sie für einen Tag Schülerinnen und Schüler im Zuge des Berufsorientierungsunterrichtes in den Baubetriebshof ein. Hier erwarteten die Jugendlichen verschiedene Stationen, um erste Einblicke in handwerkliche Ausbildungsberufe zu erlangen, etwa in die Forstwirtschaft, den Gartenbau und Straßenbau.

In einer Station wurden verschiedene Berechnungen und Vermessungen durchgeführt. Bei anderen Stationen gab es die Möglichkeit, einen kleinen Weg zu pflastern oder verschiedene Werkzeuge und Maschinen kennenzulernen. Am Ende gab es eine Station, in der alle Berufe nochmal genau vorgestellt wurden.

Die Schülerinnen und Schüler hatten viel Freude beim Ausprobieren der verschiedenen Stationen. Auch für die Stadt Bruchsal war der Ausbildungstag eine gute Initiative, um gerade nach der Corona-Pandemie die Jugendliche bei der Berufsorientierung zu unterstützen. Das war sicher nicht der letzte Ausbildungstag bei der Stadt Bruchsal.

Kontakt

Vanessa Mail
Stadt Bruchsal
 Personal- und Organisationsamt
 Kaiserstraße 66
 76646 Bruchsal
 Tel: 07251 79-231
 vanessa.mail@bruchsal.de
 www.bruchsal.de/ausbildung





Der **Kommunalservice Jena**: Fachkräftemangel auf unterschiedlichen Ebenen

Um passendes Personal zu finden, genügt es in der heutigen Zeit nicht mehr, über die Tageszeitung eine Stellenanzeige zu schalten. Aus diesem Grund hat der Kommunalservice Jena bereits im Jahr 2019 ein betriebliches Gesundheitsmanagement implementiert. Denn Gesundheitsförderung am Arbeitsplatz signalisiert nicht nur Verantwortungsbeusstsein gegenüber den Mitarbeitenden, sondern verbessert auch die Attraktivität des Unternehmens auf dem Arbeitsmarkt.

Des Weiteren nutzt der KSJ seit längerem Social Media, um Stellenangebote einem breiten Publikum zugänglich zu machen. Dies erfolgt z. B. über Sportvereine (Sponsoring) oder über weitere Partner.

Kreative Stellenanzeigen im öffentlichen Raum: Es empfiehlt sich, Stellenanzeigen an ungewöhnlichen Orten zu platzieren. Zum Beispiel Fahrzeugplakate an Müllfahrzeugen, im Kundenbüro, an Wertstoffhöfen und am Tauschhaus. Der Ansatz zielt darauf ab, die Aufmerksamkeit von Menschen außerhalb der üblichen Bewerbungswege zu gewinnen.

Nutzung von Jobmessen: Neben traditionellen Jobmessen wirbt der Kommunalservice Jena mit unseren Stellen, auch für Praktikumsplätze, auch an Schulen, zu Veranstaltungen und Wohngebietsfesten.

Unterstützung von Bildungseinrichtungen: Um junge Talente frühzeitig identifizieren zu können, werden Studierende von passenden Studiengängen, innerhalb der Praxisphasen und/oder bei der Betreuung von Diplomarbeiten, unterstützt.

Einführung eines online-Bewerbermanagementsystems, welches den gesamten Rekrutierungsprozess sowie die Darstellung der Stellengesuche optimiert, die Effizienz steigert, Durchlaufzeiten verkürzt und die Qualität der Bewerbererfahrung verbessert.

Kontakt

Martin Steglitz
Kommunalservice Jena
 Löbstedter Str. 56
 07749 Jena
 Tel.: +4936414989251
 martin.steglitz@jena.de
 ksj.jena.de





Mitarbeiteranwerbung über Multiplikatoren aus dem Betrieb: **Entsorgungsbetriebe der Landeshauptstadt Wiesbaden (ELW)**

Die ELW stehen neben der allgemeinen noch vor einer besonderen Situation: Die Stadtverwaltung und die Landesbehörden starteten (verspätet, dafür jetzt mit viel Geld) große Recruitingkampagnen und durch die Lage (zwei gegenüberliegende Landeshauptstädte Mainz und Wiesbaden mit gleichen Aufgaben, aber anderen Tarifen) stehen die ELW nicht nur in Konkurrenz mit privaten, sondern auch kommunalen Unternehmen. Da über die herkömmlichen Medien keine geeigneten Bewerberinnen und Bewerber gefunden wurden, haben die Stabsstellen Unternehmenskommunikation und HR neue Kampagnen zur Personalgewinnung für verschiedene Berufsbilder erarbeitet. Beschäftigte, die in den letzten Jahren bewusst zu den ELW gewechselt und im Unternehmen angekommen und glücklich sind, wurden als Multiplikatoren gewonnen. In kurzen Interviews wurden sie danach befragt, was sie im Vergleich zu ihren früheren Arbeitgebern bei den ELW als besondere Benefits erleben. Anhand dieser Aussagen wurden anschließend die Kampagnen erarbeitet. Zum Beispiel die für Berufskraftfahrer: „Zuhause statt Rastplatz! Geregelte Arbeitszeiten. Schlafen im eigenen Bett.“

Bei Kampagnen zu Berufskraftfahrerinnen und -fahrern, IT-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeitern und der Werkstudenten-Kampagne wurden die Benefits jeweils in die Offline- und Onlinekommunikation aufgenommen. Bei allen Foto-Kampagnen

wurde bewusst darauf geachtet, dass die Multiplikatoren ebenfalls die Models der Recruitingkampagnen waren. Das Vorgehen hat sich bewährt. Die ELW erhielten zahlreiche Bewerbungen und konnten neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gewinnen.

Kontakt

Vanessa Andre / Tristan Liermann
ELW (Entsorgungsbetriebe der Landeshauptstadt Wiesbaden)

Unterer Zwerchweg 120
 65205 Wiesbaden

Tel.: +4961171539858 / -9659

vanessa.andre@elw.de, tristan.liermann@elw.de

www.elw.de



Umweltschutz durch Innovation: Schulungsmaßnahme der **USB Bochum GmbH** stärkt Fachkräfte-Ausbildung

Die USB Bochum GmbH steht vor der Herausforderung eines Bewerberrückgangs für die Fachkraft-Ausbildung in der Kreislauf- und Abfallwirtschaft. Die Schwierigkeit, alle Stellen an den Wertstoffhöfen zu besetzen, führte zu einer Zusammenarbeit mit der Agentur GEFAHRGUT JÄGER. Die Frage, wie Mitarbeitende ohne spezifische Ausbildung diese Aufgaben übernehmen könnten, führte zur Entwicklung des innovativen Konzepts "Chemiespezifische Qualifizierung gemäß TRGS 520 (IHK)®". Die Kooperation mit einer Agentur ermöglichte die Identifizierung der Anforderungen und die Erarbeitung eines Schulungskonzepts, das in enger Abstimmung mit Behörden und Berufsgenossenschaften gestaltet wurde. Als Pilotprojekt begonnen, wurde es kontinuierlich verbessert, basierend auf aktuellen Entwicklungen in der Abfallentsorgungsbranche. Zehn Mitarbeitende der USB Bochum GmbH nahmen am ersten Qualifizierungslehrgang teil, erhielten chemisch-naturwissenschaftliche Kenntnisse und wurden für den Einsatz an Schadstoffannahmestellen befähigt. Die erfolgreiche Umsetzung und die positiven Auswirkungen auf die Personalplanung zeigen die Innovationskraft des Konzepts. Der Intensivkurs "Chemiespezifische Qualifizierung gemäß TRGS 520 (IHK)®" repräsentiert eine wegweisende Innovation auf mehreren Ebenen. Durch Theorie- und Praxis-Module ermöglicht dieser die effiziente Schulung und Qualifizierung im Umgang mit gefährlichen Ab-

fällen. Das bundesweit einzigartige Verfahren, gepaart mit modernen Lehrmethoden, stellt eine bedeutende Weiterentwicklung in der Qualifizierungslandschaft dar. Der Abschluss erfolgt durch ein Zertifikat durch die IHK Mittleres Ruhrgebiet. Der Mehrwert für die Gemeinschaft und die Umwelt sowie die Stärkung der Sicherheit und Effizienz in der Abfallentsorgung sind hervorzuheben. Mit diesem Konzept hat die Kooperation der USB Bochum GmbH mit der Agentur nicht nur eine Antwort auf aktuelle Herausforderungen gefunden, sondern auch langfristige Lösungen für die gesamte Branche geschaffen.

Kontakt

Christian Kley
USB Bochum GmbH
 Hanielstr. 1
 44801 Bochum
 Tel.: +492343336120
 christian.kley@usb-bochum.de
 www.usb-bochum.de





Neuausrichtung der Arbeitgebermarke des Zweckverbands Abfallwirtschaft Hannover (aha)

Der aha Zweckverband Abfallwirtschaft Region Hannover geht seit einiger Zeit beim Recruiting neue Wege. Den Startschuss gab die Kampagne „Frauen in der Müllabfuhr“, die bundesweit für Aufmerksamkeit sorgte und einen beträchtlichen Imagegewinn für aha brachte.

Der Film „Frauen in gewerblich-technischen Berufen“ ist ein kreativer Höhepunkt der Neuausrichtung der Arbeitgebermarke des Zweckverbands Abfallwirtschaft Hannover (aha). Er wurde Inhouse in Zusammenarbeit mit der Gleichstellungsbeauftragten konzeptioniert und mit Kolleginnen aus den unterschiedlichen Bereichen umgesetzt. Er zeigt die Vielfalt dieser Berufe in einem großen Entsorgungsbetrieb und spricht ausdrücklich und nachweislich alle Bewerber (m/w/d) an. Die große Emotionalität und Authentizität wird durch Einsatz der eigenen Beschäftigten erreicht: Frauen selbst kommen zu Wort und schildern ihre Arbeit und ihr Arbeitsumfeld.

Gleichzeitig gibt der Film einen Einblick in die Unternehmenskultur und verkörpert die Kernwerte des Unternehmens. Diese wurden in einer vorhergehenden Neupositionierung der Arbeitgebermarke herausgearbeitet. #MachWasWertvolles knüpft an das neue Leitbild von aha mit dem Kernsatz „Wir sind immer da – weil Abfall Wert schafft“ im Zentrum an und positioniert die Karriere bei aha als Tätigkeit mit echtem Mehrwert: Wer bei aha arbeitet, schützt das Klima und verbessert

das Leben seiner Mitmenschen. #teamAHA zeigt, dass Gemeinschaft großgeschrieben wird. Frauen und Männer, Junge und Ältere, Menschen unterschiedlichster Herkunft bilden bei aha ein Team, das füreinander einsteht und miteinander für Sauberkeit und Ressourcenschutz sorgt. aha ist offen, aha erkennt Potenzial und aha gibt Perspektive.

Kontakt

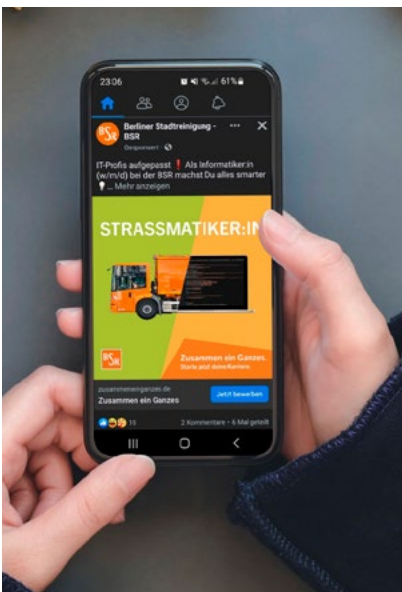
Petra Wilhelms
aha Zweckverband Abfallwirtschaft Region Hannover

Karl.Wiechert-Allee 60c
30625 Hannover

Tel.: +49511991147801
petra.wilhelms@aha-region.de

www.aha-region.de





„Zusammen ein Ganzes“ – Personalmarketing mit Wortwitz: Die Berliner Stadtreinigung (BSR)

Ziel war es, die Berliner Stadtreinigung (BSR) außerhalb der bekannten „orangenen“ Tätigkeitsfelder für MINT-Kandidatinnen und Kandidaten als attraktive Arbeitgeberin in Berlin zu präsentieren. Die Tonalität der Kampagne arbeitet mit dem BSR-üblichen Sprach- und Wortwitz und erschafft bspw. neue Kombinationen aus 2 verschiedenen Berufen sowohl auf Text- als auch auf Bildebene. Die gewagten bildsprachlichen Kombinationen von zwei Berufsfeldern stützen die Leitidee der Kampagne und stehen mit dem Kampagnen-Claim „Zusammen ein Ganzes“ für das Miteinander und das Ineinandergreifen der verschiedenen Berufsgruppen.

Zielgruppen-Analyse: In Zusammenarbeit mit den Agenturen Raven51 und IM MAI hat die BSR ausführliche Candidate Journeys sowie Personas der jeweiligen MINT-Berufsgruppen entwickelt, um die Zielgruppen in der Tiefe zu verstehen und sie dort zu erreichen, wo sie sich digital aufhalten. Ebenso galt es, deren Bedürfnisse und Erwartungen an ihren Arbeitgeber einzuordnen und diesen Anforderungen kommunikativ zu begegnen.

Authentische Insights: Auf der eigens angelegten Kampagnen-Website sind Videos von IT-Fachkräften der BSR in ihrem realen Arbeitsumfeld zu sehen. Attraktive Zukunftsprojekte der BSR werden angeteasert, um Lust auf die Arbeit in einem Job mit Sinn zu machen.

Arbeitgebersversprechen: Auf allen Ebenen schält die BSR ihre Employer Value Proposition (EVP) heraus. Im Kern geht es darum, in diesem Job einen aktiven Beitrag zur Nachhaltigkeit zu leisten und die Kreislaufwirtschaft insgesamt zu unterstützen. Kommuniziert werden die Mission, Werte und die Kultur der BSR.

Benefits: Auf Basis der Zielgruppen-Analyse wurden Benefits ausformuliert, für die die MINT-Zielgruppe besonders empfänglich ist: vom mobilen, ortsunabhängigen Arbeiten über ein faires Gehalt nach Tarifvertrag bis hin zu Benefits wie Förderung von Fahrrad-Leasing oder des Jobtickets.

Kontakt

Verena Lange
Berliner Stadtreinigung (BSR)
 Ringbahnstr. 96
 12103 Berlin
 Tel.: +491742071518
 verena.lange@bsr.de
 www.bsr.de





Großer Schnuppertag der Entsorgungsbetriebe Essen

Nachhaltig, sicher, zukunftsorientiert: Wer einen Job mit Perspektive sucht, ist bei den Entsorgungsbetrieben Essen (EBE) goldrichtig. Sie bilden in sechs Berufen aus und stellten sich und ihre Ausbildung im Herbst 2023 erstmals mit einem großen Schnuppertag auf dem Betriebsgelände vor. Flankiert wurde dieser Tag, bei dem neben den Ausbildern und Mitarbeitenden der Personalabteilung auch aktuelle Azubis aus sämtlichen Lehrjahren mitwirkten, von einer öffentlichkeits-wirksamen Kampagne: Auf großformatigen Fotos auf den sich drehenden Trommeln der Abfallsammelfahrzeuge stand immer einer Kopf: entweder ein (echter!) Azubi der EBE oder aber die Schrift mit Headlines wie „Meine Ausbildung? Läuft rund!“, „Hier kommt meine Karriere ins Rollen!“ oder „Bei den EBE dreht sich alles um meine Ausbildung!“

Flankiert wurde die kleine Kampagne von Pressearbeit, Posts und Reels in den Sozialen Medien (v. a. Instagram) unter dem Hashtag #läuftEBEn, E-Mails an die Leitungen diverser weiterführenden Schulen und durch interne Kommunikationsmaßnahmen auf sämtlichen zur Verfügung stehenden Kanälen. Alle sollten wissen: Der Schnuppertag wird spitze, die Teilnahme lohnt sich – und wer als Mitarbeitender einen Azubi erfolgreich vermittelte, erhielt von der Geschäftsführung einen Varieté-Gutschein für zwei Personen!

Die Medien nahmen die Kampagne gut auf, sogar Radiointerviews konnten gegeben werden. Die Teilnehmezahlen am

Schnuppertag schließlich haben die Erwartungen der Organisatoren deutlich übertroffen, alle waren mit dem Tag zufrieden, auch die Interessenten. Am Ende zeigten hohe Bewerberzahlen und ein qualitativ gutes Bewerberfeld: Der Einsatz hat sich gelohnt – Fortsetzung folgt!

Kontakt

Christian Herrmann
Entsorgungsbetriebe Essen GmbH (EBE)
 Pferdebahnstr. 32
 45141 Essen
 Tel.: +492018541060
 cherrmann@ebe-essen.de
 ebe-essen.de





**Wirtschaftsbetriebe
& Duisburg**

**ECHT
STATT FAKE.**

Jetzt bewerben:
Wir suchen Ingenieurinnen/Ingenieure (m/w/d) für spannende
Projekte in den Bereichen Stadtentwässerung und Infrastruktur.

wir-und-du.de/jobs

Wirtschaftsbetriebe] DUISBURG

Ein frischer Anstrich für die Arbeitgebermarke der Wirtschaftsbetriebe Duisburg

Vor dem Hintergrund des intensiven Wettbewerbs um die besten „Köpfe und Hände“ ist die Arbeitgebermarke als eines der Handlungsfelder der Unternehmensstrategie 2030 der Wirtschaftsbetriebe Duisburg definiert worden.

Das hierzu gegründete interdisziplinäre Projektteam, verfolgt das Ziel, eine starke externe wie interne Arbeitgebermarke zu kreieren, um zum einen Fach- und Führungskräfte (v. a. Ingenieurinnen und Ingenieure sowie IT-Expertinnen und -Experten) als auch Auszubildende (v. a. in den gewerblichen Ausbildungsberufen) auf die Wirtschaftsbetriebe Duisburg als attraktiven und innovativen Arbeitgeber aufmerksam zu machen bzw. Auszubildende und Beschäftigte ans Unternehmen zu binden.

In Vorbereitung auf die zahlreichen geplanten Marketingmaßnahmen ist in Zusammenarbeit mit einer externen Agentur die Employer Value Proposition, also der Kern der Arbeitgebermarke der Wirtschaftsbetriebe Duisburg – das Arbeitgeberversprechen an potenzielle Bewerberinnen und Bewerber, herausgearbeitet worden. Auf dessen Basis ist ein Kreativkonzept samt neuer Bild- und Videowelt unter Beteiligung von zahlreichen Beschäftigten der Wirtschaftsbetriebe Duisburg entwickelt worden.

Das Kreativkonzept samt den Leitmotiven wird nun sukzessive für die verschiedenen Marketingmaßnahmen wie Fahrzeugbranding, eine Out-Of-Home-Kampagne sowie Social-Media/Google

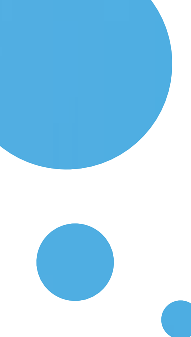
Ad-Kampagne umgesetzt. Im Fokus dabei steht die neue Karriereseite, auf der potenzielle Bewerberinnen und Bewerber einen spannenden Einblick ins Unternehmen samt Aufgabenspektrum, Unternehmenswerte, Benefits und aktuelle Jobs bekommen. Hiermit soll eine bestmögliche Candidate Journey sichergestellt werden.

Mit der Zielsetzung, die intern Beschäftigten/Auszubildenden zu Botschafterinnen und Botschaftern der Arbeitgebermarke der Wirtschaftsbetriebe Duisburg zu machen, wird das Projekt durch zahlreiche interne Kommunikationsmaßnahmen begleitet.

Kontakt

Catharina Schäfer
Wirtschaftsbetriebe Duisburg – AÖR
 Schifferstr. 190
 47059 Duisburg
 Tel.: +492032835646
 c.schaefer@wb-duisburg.de
 www.wb-duisburg.de
 Neue Karriereseite: www.wir-und-du.de





**Vielen Dank allen Bewerberinnen und Bewerbern
für Ihre Einsendungen!**

**Wir wünschen Ihnen weiterhin viel Erfolg –
bei der Personalgewinnung in der Entsorgungswirtschaft und darüber hinaus!**

*Der VKU-Fachausschuss
Unternehmenskommunikation*

