

# Eine Arbeitgebermarke für Niedersachsen

Die Landesverwaltung Niedersachsen möchte mithilfe einer modernen Marke ein positives Arbeitgeberimage bei potenziellen und bereits angestellten Fachkräften aufbauen.

Viele Unternehmen, Behörden und Institutionen haben die Relevanz von Employer Branding und einem positiven Arbeitgeberimage erkannt. Denn aufgrund der aktuellen Lage auf dem Arbeitsmarkt – Stichwort „Fachkräftemangel“ – müssen sie sich zunehmend um Personal bemühen und als attraktiver Arbeitgeber präsentieren. Ein Vorteil kann dabei der Aufbau und die Pflege

einer Arbeitgebermarke in der Innen- und Außenkommunikation sein, die hilft, Fachkräfte zu gewinnen, bereits angestelltes Personal zu binden und den Bekanntheitsgrad des Players zu steigern. Mithilfe einer eigenen Marke haben Akteurinnen und Akteure konkret die Chance, relevante Zielgruppen und Bewerber\*innen besser zu erreichen, die Arbeitsproduktivität zu steigern und das Betriebsklima zu verbessern, was sich wiederum positiv auf das Image auswirkt.

Der Aufbau einer Arbeitgebermarke kann allerdings ein langwieriger Prozess sein, wie das aktuelle Beispiel des Landes Niedersachsen zeigt. Die Landesverwaltung hat vor vier Jahren die Entwicklung einer eigenen Brand eingeleitet. Zunächst setzten sich die Verantwortlichen mit den Themen Recruiting und Employer Branding auseinander. Anschließend wurden die gewonnenen Erkenntnisse, beispielsweise zur Maßnahmengestaltung und Auswahl der Medienkanäle, in die Kommunikationsstrategie für die Marke „Arbeitgeber Niedersachsen – Sicher!“ integriert. Diese wurde im September 2021 unter anderem vom niedersächsischen Innenminister Boris Pistorius (SPD) vorgestellt.

## DER WUNSCH: FACHKRÄFTE

Die Landesverwaltung Niedersachsen gehört laut Heike Strahler, Referatsleiterin Arbeitgebermarketing und ressortübergreifende Personalentwicklung im Ministerium für Inneres und Sport, zu den größten Arbeitgebern des Landes. Insgesamt beschäftigt die Behörde rund 240.000 Personen und bietet fast 300 verschiedene Berufsbilder an, darunter über 80 Ausbildungsberufe und 20 duale Studiengänge. Doch auch der niedersächsische Akteur sieht sich mit Herausforderungen wie dem demografischen Wandel,

dem Fachkräftemangel und den veränderten Ansprüchen der Arbeitnehmer\*innen konfrontiert. Mithilfe einer zeitgemäßen Dachmarke möchte die Landesverwaltung deshalb ihre Vorteile präsentieren und sich als attraktive sowie vielfältige Arbeitgeberin positionieren.

Ziel der Landesverwaltung ist es, ihre Sichtbarkeit bei einer breit gefächerten sowie relevanten Zielgruppe, wie Berufsumsteigenden und Schulabsolvent\*innen, zu erhöhen, um (Nachwuchs-)Fachkräfte zu rekrutieren und an die Landesverwaltung zu binden. Strahler kommentiert: „Kurz gesagt, möchten wir alle motivierten und engagierten Menschen erreichen, die Lust haben, zum Funktionieren unseres Landes, unserer Gesellschaft beizutragen.“ Die neu entwickelte Marke soll dabei die Breite der beruflichen Möglichkeiten in der Landesverwaltung aufzeigen. Die Referatsleiterin erklärt weiter: „Im Dienst des Landes Niedersachsen beschäftigen sich Menschen mit Bienen, Fischen, Pferden genauso wie mit Akten, Verbuchen und IT. Unsere Herausforderung ist, eben dieses breite Spektrum an Möglichkeiten zu kommunizieren.“

Für die Umsetzung bis 2024 zeichnet die B&B Markenagentur GmbH aus Hannover verantwortlich. Im vergangenen Herbst realisierte die Agentur erste Maßnahmen zur Markeneinführung, die sich zunächst auf die Themen Nachwuchsgewinnung und Employer Branding fokussierten. Die Verantwortlichen in der Landesverwaltung planen in den kommenden Monaten, für gewisse Zeiträume verschiedene Akzente zu setzen. Zum Beispiel wollen sie die digitale Verwaltung stärken und Fachkräfte sowohl auch für die IT-Branche begeistern, sie über das duale Studium Vermittlungsinformatik aufklären.

## KONSERVATISMUS TRIFFT V

Eine zentrale Komponente der Kommunikation und Etablierung der Arbeitgebermarke ist die Identifikation und potenziellen Mitarbeiter\*innen mit der Marke. Die Verantwortlichen der Landesverwaltung planen die Veranschaulichung des „Wegs zum Arbeitsplatz“ zu gestalten“, um die „Perspektive der Weiterbildung“ zu verdeutlichen. Die Landesverwaltung Niedersachsen ist stolz auf die „Doppelqualifikation“ der Mitarbeiter\*innen.



Foto: B&B Markenagentur GmbH

leiterin erläutert: „Das ist unser Schwerpunkt, wenn wir nicht nur den ersten Schritt, sondern die gesamte Karriere noch ein wenig unterstützen. Die einzige Möglichkeit, die Arbeitgeber\*innen zu erreichen, ist über das duale Studium Vermittlungsinformatik aufklären.“

Den gesamten Artikel können Sie in unserer aktuellen Public Marketing-Ausgabe ab Seite 16 lesen.

Wenn Sie unser Heft noch nicht beziehen, abonnieren Sie jetzt hier!

Die neue Marke soll die Attraktivität des Arbeitgebers Land Niedersachsen erhöhen



Foto: Alexander Karge / Niedersächsisches Ministerium für Inneres und Sport