

Gib Deiner Berufung ein Zuhause – Die Arbeitgeberkampagne der Wohnungswirtschaft ist gestartet

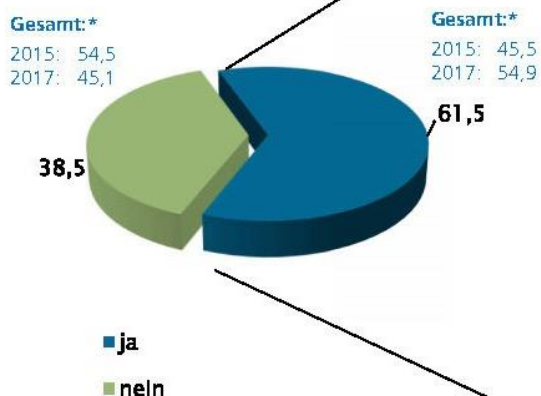
Viele Wohnungsunternehmen suchen händierend nach qualifizierten Mitarbeitern. Die erste bundesweite Arbeitgeberkampagne der Wohnungswirtschaft will da Abhilfe schaffen und bewirbt die Branche als attraktiven Arbeitgeber.

Studien wie die „Marktstudie Aus-, Fort- und Weiterbildung“ des Europäischen Bildungszentrums der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft machen deutlich, dass der Bedarf an qualifizierten Mitarbeitern innerhalb der Wohnungswirtschaft kontinuierlich wächst – und zwar berufsübergreifend.

QUALIFIKATION/QUALIFIKATIONSANFORDERUNGEN SCHWIERIGKEITEN QUALIFIZIERTE MITARBEITER/INNEN ZU FINDEN - GESAMT



„Ist es für Sie bzw. Ihr Unternehmen bislang schwierig, qualifizierte Mitarbeiter/Innen zu finden?“



Angabe in %

„Wenn ja, für welche Bereiche gilt dies besonders?“
Gefilterte Ergebnisse - Mehrfachnennungen möglich

		Werte von	
		2017	2015
Technik	46,7 (46,2)	(42,0)	
kaufmännische Sachbearbeitung	45,6 (41,8)	(49,4)	
Eigentumsverwaltung	39,0 (30,4)	(44,8)	
Finanzierung/Rechnungswesen	28,6 (33,2)	(27,6)	
Vermietung/Vertrieb	20,3 (19,0)	-	
IT	15,9	-	-
Management	9,3 (13,6)	(7,5)	
Personal	6,0	-	-
Controlling	6,0 (6,5)	(8,6)	
Sonstiges	3,3 (4,9)	(8,0)	

*Die Gesamtwerte der Jahre 2015 und 2017 wurden in der Graphik durch den GdW ergänzend hinzugefügt.

Quelle: Abb. EBZ-Studie 2019-2020 © InWIS - Institut für Wohnungswesen, Immobilienwirtschaft, Stadt- und Regionalentwicklung GmbH

21

Auch die Vakanzzeit ausgeschriebener Stellen hat sich laut einer Statistik der Bundesagentur für Arbeit im Laufe der letzten Jahre stetig erhöht – von 57 Tagen im Jahr 2010 auf 118 Tage im vergangenen Jahr. Höchste Zeit also für eine Arbeitgeberkampagne mit dem Ziel, die Branche Wohnungswirtschaft als attraktiven Arbeitgeber zu bewerben.

Ganz ähnlich wie bei der Ausbildungskampagne werden einzelne Berufe und Berufsbilder genutzt, um die Vorteile der Branche insgesamt herauszustellen und deren Image zu schärfen. Die Kampagne kommuniziert die Sinnhaftigkeit einer Arbeit in der Wohnungswirtschaft und verdeutlicht, dass man hier (auch) sein berufliches Zuhause finden kann.

Gemeinsam auftreten, um individuell erfolgreich zu sein.

Für maximale Aufmerksamkeit auf bundesweiter Ebene sorgt das 360°-Konzept der Kampagne. Dreh- und Angelpunkt ist die Website www.arbeiten-in-der-wohnungswirtschaft.de, wo auch eine bundesweite Stellenbörse Unternehmen der Wohnungswirtschaft und Bewerber zusammenbringt. Hier können Unternehmen ihre Stellenanzeigen inserieren und Bewerber sich mit ihrem Profil registrieren. Perspektivisch werden noch weitere Maßnahmen entwickelt, um die Chancen für ein perfektes Match von Arbeitgeber und Arbeitnehmer zu erhöhen.



© Fotos Alena Toscano / BACHLER. Neue Werbung

Da die Zielgruppe mit Blick auf Alter, Bildungsstand und Informationsverhalten sehr heterogen ist, werden neben digitalen Werbemitteln auch Plakate, Werbung in öffentlichen Verkehrsmitteln, Bauzaunbanner, Anzeigen in Zeitschriften und weitere analoge Formate eine Rolle spielen.

Dabei ist die Kampagne so aufgebaut, dass die Werbemittel von einzelnen Unternehmen, mehreren Unternehmen zusammen, regionalen Arbeitsgemeinschaften oder beispielsweise auch von Regionalverbänden individualisiert genutzt werden können.

Einen ersten Einblick in die Kampagne und Stimmen aus der Branche gibt es [hier im Video](#).

Der VSWG beteiligt sich ebenfalls als Regionalverband an der Kampagne und würde sich freuen, wenn auch zahlreiche sächsische Wohnungsgenossenschaften diese Möglichkeit nutzen.

Sollten Sie Fragen zum Einsatz der Werbemittel haben, steht Ihnen die Agentur Bachler gern zur Verfügung:

BACHLER. Werbeagentur GmbH
Mehringdamm 60
10961 Berlin

Telefon: 030 61 65 67 01
Fax: 030 61 65 67 05
www.bachler-werbeagentur.de