

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Pressestelle**Stefanie HalmelTelefon: 07023/106-103Fax: 07023/106-199140s.halmel@weilheim-teck.dewww.weilheim-teck.de |

PRESSEMITTEILUNG

19.01.2021

**Stadt Weilheim an der Teck:**

**Mitarbeiter\*innen geben ihrer Stadt ein neues Gesicht**

**Bekannte Gesichter und ein neues Logo repräsentieren künftig die Stadt Weilheim an der Teck als Arbeitgeber. Für die neue Kampagne, die gezielt zur Personalgewinnung und -bindung entwickelt wurde, traten Mitarbeiter\*innen aus den eigenen Reihen vor die Kamera. Sie geben der Stadt fortan ein immer wieder neues und doch bekanntes Gesicht.**

Mit Slogans wie „Zukunft mit Plan. Passt zu mir“ oder „Moderne Verwaltung. Passt zu mir“ werben künftig bekannte Gesichter für ihren Arbeitgeber, die Stadt Weilheim an der Teck. Ob im Kindergarten, Bürgerbüro oder Stadtbauamt – die Fotomodels sind echte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Stadtverwaltung. Sie lächeln nicht im Fotostudio, sondern vor vertrauter Kulisse: ihrem persönlichen Arbeitsumfeld. „Uns war schnell klar, dass wir uns selbst nur mit unseren eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern überzeugend und transparent darstellen können“, erklärt Hauptamtsleiterin Daniela Braun, die die Entwicklung einer neuen Arbeitgebermarke ins Rollen brachte.

Grund für die Kampagnenentwicklung ist der weit verbreitete Fachkräftemangel, der auch in den Verwaltungen Einzug hält. „Wir beobachten in nahezu allen Bereichen, dass wir uns bei der Personalgewinnung schon lange nicht mehr nur rege bemühen dürfen, sondern uns fast schon auf den Kopf stellen müssen, um qualifizierte Fachkräfte zu bekommen – insbesondere im pädagogischen Arbeitsfeld“, betont Bürgermeister Johannes Züfle. Er gab der Hauptamtsleiterin volle Unterstützung für die Kampagnenplanung und beteiligte sich selbst aktiv am Prozess. Auch der Gemeinderat trug die Pläne von Anfang an mit und beschloss bereits im vergangenen Jahr ein umfangreiches Maßnahmenpaket zur attraktiven Positionierung Weilheims auf dem Arbeitsmarkt.

„Besonders freut mich, dass sich so viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aktiv einbrachten und die Kampagne mit Leben füllten“, erklärt Züfle. Die Gesichter der Kampagne waren schnell gefunden: Einem internen Aufruf folgten eine ganze Reihe von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus den verschiedensten Bereichen. „Das gibt uns genügend Gestaltungsspielraum für die nächsten Jahre zur Fortführung der Kampagne“, so Züfle.

Die Kampagne wird von der Marketing- und Kommunikationsagentur Die Kavallerieaus Tübingen begleitet. Die Arbeitgebermarken-Spezialisten folgen bei der Entwicklung einem klar umrissenen strategischen Prozess: Nach Analyse, Definition, Ideenfindung und Konzeption geht es nun in die Phase des sogenannten „Rollout“, also dem Implementieren und Ausrollen von Maßnahmen.

Dazu gehört auch ein neues Logo, das die Stadt fortan symbolisiert. Es soll nach und nach auf Briefbögen, Homepage, Rathausfahnen und diversen weiteren Medien ausgetauscht werden. „Die Überarbeitung des bekannten Stadt-Logos stand zunächst nicht an erster Stelle der Überlegungen. Vielmehr war es ein Resultat aus den Ergebnissen, die wir aus begleitenden Workshops und einer Mitarbeiterumfrage gewonnen haben“, führt Hauptamtsleiterin Daniela Braun aus. Unter Berücksichtigung aller Erkenntnisse, Anregungen und Ideen wurde deutlich, dass das bisherige Logo als nicht mehr zeitgemäß wahrgenommen wird und zu viele Dinge gleichzeitig symbolisiert: Petrusschlüssel, Peterskirche und Limburg sowie der Text-Zusatz Zähringerstadt. „Ja, wir sind weiterhin eine Zähringerstadt und bekennen uns zu unserer Geschichte, doch das kommunizieren wir auch auf vielen anderen Wegen“, erklärt Braun zum Wegfall des Schriftzugs und ergänzt: „Wir wollten uns bewusst auf das Wesentliche konzentrieren.“

So lautete der Auftrag der Stadtverwaltung an die Agentur für die Logoüberarbeitung: Evolution hin zum modernen Dienstleister. Tradition und familiäre Offenheit erhalten. „Und das ist uns mit dem neuen Logo gelungen“, schließt die Hauptamtsleiterin. Die Komposition fokussiert die Limburg als zentralen geografischen Punkt – mit Strahlkraft für die gesamte Verwaltungsgemeinschaft sowie den Petrusschlüssel als Stellvertreter für die Peterskirche. Damit wird auch ein direkter Bezug auf das traditionelle Stadtwappen hergestellt. Die dargestellten Punkte greifen die Themen Bürgergemeinschaft, Struktur und Digitalkompetenz auf und eröffnen als grafisches Element einen großen Spielraum für die zukünftige Ausgestaltung von Medien. Das Logo wurde so konzipiert, dass es alle modernen Anforderungen im digitalen und analogen Bereich erfüllt.

Bildunterschrift: xxx