Vacatures nieuwe stijl

Werken voor Venlo.
We laten het zien.

Team Personeel en Organisatie, juli 2020

Buiten-de-box-denken begint met het loslaten van het beeld van wat zou moeten zijn en open te staan voor wat zou kunnen zijn.

OM DENKEN

Vacatures nieuwe stijl

Doel: een succesvolle werving van onder andere jonge mensen.

Wat is het probleem?

Gemeente Venlo als werkgever. Er zijn ruim duizend collega's in onze organisatie die daar iets moois over kunnen vertellen. Toch dragen we dit verhaal bijna nooit uit. Kom je de gemeente Venlo als werkgever tegen op sociale media dan tref je al scrollend over de tijdlijn steeds hetzelfde beeld aan. Onze vacatures worden steevast vergezeld door een foto van het stadkantoor. De begeleidende tekst komt niet verder dan de woorden "uitdagende functie en enthousiaste medewerker gezocht". Gelet op de toenemende krapte op de arbeidsmarkt stellen we ons de vraag of deze wervingsstrategie toekomstbestendig is. Gaan we hier de "war for talent" mee winnen? Wij geloven daar niet in. Hoogste tijd voor een facelift.

Het kan ook anders.

Allereerst is het belangrijk om te weten waarom mensen bij een gemeente willen werken. Misschien wel de belangrijkste pijler van werkgeluk in de westerse samenleving is zingeving. Mensen willen het gevoel hebben dat ze waardevol werk doen dat bijdraagt aan de maatschappij. En precies op dit punt scoort werken bij een gemeente duidelijk beter dan bijvoorbeeld het bedrijfsleven. Het onderscheidend vermogen van een gemeente op de arbeidsmarkt is dat het **mensenwerk is waarbij het resultaat zichtbaar is op lokaal niveau**. Je ziet jouw resultaat vaak letterlijk terug op de hoek van de straat. Het idee is dus om vooral dàt te laten zien; waar doen we het voor, waar dragen we aan bij? Wat is het resultaat waar we trots op zijn?

Dit idee is te vertalen in legio voorbeelden. Zoals onze collega bij het Stadsarchief, die zich vastbeet in het speurwerk om de oudste foto's van Venlo terug naar de stad te krijgen. Of het ontwerp van een rotonde die voor meer veiligheid in de wijk heeft gezorgd. Dat is ons resultaat. Of hoe bijzonder is het moment van de geboorteaangifte van een kind, waar je als medewerker je bijdrage aan hebt geleverd?

Onze aanpak.

Ons streven is om op termijn voor alle teams een portfolio te ontwikkelen met foto's en (kop)teksten waar we uit kunnen putten bij een nieuwe vacature. Maar we beginnen klein en **starten deze aanpak in een pilot vorm**. We gaan hiervoor met een paar teams in gesprek zodat we de opzet per team kunnen uitwerken. Tot nu toe hebben we hiervoor de teams Facility Management, Communicatie, Gemeentearchief, Werken en Bereikbaarheid, Werk, Publieke Informatievoorziening en Handhaving geselecteerd. Het is niet noodzakelijk dat er op korte termijn vacatures binnen deze teams worden verwacht, we willen het concept alvast 'klaarzetten' voor het moment waarop het team dit nodig heeft. Doen we dat niet, dan zullen we altijd te laat zijn voor een aantrekkelijke vacature. En zullen we dus eeuwig veroordeeld zijn tot onze huidige ad hoc methode.

Onze strategie:

- Minder traditionele vorm voor advertentie.
- Meer uitgesproken functieprofiel (niet alles willen opdissen) dat aansluit bij de interesse van de gewenste doelgroep

- Venlo nadrukkelijker profileren.
- Naast print ook andere middelen en platforms inzetten.
- We willen met een relatief kleine financiële investering impact maken. De impact waar we op doelen is échte impact en resulterend in een positieve, systemische verandering op de langere termijn.

Dit vraagt om:

- De vacatures die worden toegesneden op resultaatgebieden.
- Aansprekend beeldmateriaal zowel qua lay-out maar ook treffend in fotografie.
- Vast format dat structurerend werkt.
- Korte wervende teksten. Omdat tekst en beeld elkaar moeten versterken is dit ook meteen het moment om de vacatures te beschrijven in heldere en aantrekkelijke taal. Ook daar gaan we mee aan de slag.

Uitgangspunten voor onze campagne:

- De campagne is ontwikkeld vanuit de HR beleidsagenda en maakt onderdeel uit van ons arbeidsmarktbeleid.
- De campagne ligt in lijn ligt met pijlers in de nieuwe besturingsfilosofie.
- De campagne moet in al haar uitingen een herkenbaar karakter hebben.
- De campagne moet passen in de (nog vast te stellen geactualiseerde) huisstijl.

Het concept.

Inspiratie voor een nieuwe campagne kun je overal vandaan halen. Onze inspiratie voor deze campagne deden we op in gesprekken met medewerkers op de vloer door hen de vraag te stellen: "wat was jouw meest trotse moment van afgelopen tijd?" Daaruit kwamen zeer verrassende gebeurtenissen naar voren die we verwerkt hebben in testimonia. Maar één inspiratie momentje lag buiten de deur, dat was bij het lezen van het volgende tekstje:

President John F. Kennedy bezocht in 1962 het NASA Space Center. Hij bereidde daar een belangrijke speech voor. Een jaar eerder had hij al aangekondigd dat Amerika binnen tien jaar de mens op de maan zou laten landen en weer veilig terug naar aarde zou brengen. En nu was het tijd om de Amerikanen te laten zien dat het hem menens was. Tijdens de voorbereidingen in een NASA-hangar kwam hij een schoonmaker tegen. De president vroeg wat hij bij de NASA deed. Het antwoord van de schoonmaker verraste hem. "Meneer de president, ik help om mensen op de maan te zetten."

Of bovenstaand verhaal op waarheid berust, weet ik niet. Maar één ding is zeker:

Mensen hebben het verlangen om deel uit te maken van iets dat groter is dan ze zelf zijn.

En daar is ons concept op gebaseerd. Iedere medewerker is een noodzakelijke schakel in het grote geheel.

Zonder jou lukt het niet.

#ZONDERJOU

VACATURE BODE

#ZONDERJOU

GEEN BRUILOFT

VACATURE HANDHAVING

#ZONDERJOU

GEEN VEILIGE WIJK

VACATURE SALARISADMINISTRATIE

#ZONDERJOU

GEEN SALARIS

VACATURE BALIE LEVENSZAKEN

#ZONDERJOU

GEEN BLIJE PAPA'S

VACATURE RECHTMATIGHEIDSCOACH

#ZONDERJOU

GEEN VANGNET

VACATURE COMMUNICATIEADVISEUR

#ZONDERJOU

GEEN DRAAGVLAK

VACATURE GEMEENTEARCHIEF

VACATURE PUBLIEKE INFORMATIEVOORZIENING

VACATURE TEAMLEIDER

VACATURE DOELMATIGHEIDSCOACH

#ZONDERJOU

GEEN NIEUWE START

VACATURE SCHULDHULPVERLENING

#ZONDERJOU

GEEN OMMEKEER

VACATURE GASTDAME / GASTHEER

#ZONDERJOU

GEEN WARM WELKOM

De campagne

De campagne met testimonial.

venlo
#ZONDERJOU
GEEN SCHATKAMER

venlo
#ZONDERJOU
GEEN SCHATKAMER
"Mensen vragen mij wel eens, 'is dat archief niet ontzettend saai?'. Maar ik zie het archief als het geheugen van de stad. Een aantal jaren geleden kwam ik de oudste foto's van Venlo op het spoor. Ik bijt me dan vast in het speurwerk om de fotograaf te achterhalen. Dit is mij dan ook uiteindelijk gelukt. De foto's zijn teruggekocht door Venlo, de stad waar ze thuishoren. Daar ben ik best een beetje trots op. Onze collecties vertellen het verhaal van Venlo door de eeuwen heen. Deze documenten koesteren en doorgeven aan nieuwe generaties. Dat maakt mijn werk pas zinvol. Ik werk in de schatkamer van Venlo."

Testimonials

Het concept #ZONDERJOU wordt vervolgens per vacature ondersteund door een testimonial. Persoonlijk werkt beter dan functioneel en het is verstandig om vertegenwoordigers te zoeken die de doelgroep representeren.

Voorbeeld Team Gemeentearchief

#ZONDERJOU

GEEN SCHATKAMER

"Mensen vragen mij wel eens, 'Is dat archief niet ontzettend saai?'. Maar ik zie het archief als het geheugen van de stad. Een aantal jaren geleden kwam ik de oudste foto's van Venlo op het spoor. Ik bijt me dan vast in het speurwerk om de fotograaf te achterhalen. Dit is mij dan ook uiteindelijk gelukt. De foto's zijn teruggekocht door Venlo, de stad waar ze thuishoren. Daar ben ik best een beetje trots op. Onze collecties vertellen het verhaal van Venlo door de eeuwen heen. Deze documenten koesteren en doorgeven aan nieuwe generaties. Dat maakt mijn werk pas zinvol. Ik werk in de schatkamer van Venlo."

Voorbeelden Team Communicatie

#ZONDERJOU

GEEN DRAAGVLAK

"Wethouders en projectleiders willen dat hun plannen goed landen in de raad, bij de pers en bij het publiek. Onze taak is om te zorgen dat iedereen weet waar de besluitvorming over gaat en dat de informatie goed aansluit bij hun kennis en inzichten. Daarnaast zorg ik dat mensen goed geprepareerd zijn op allerlei mogelijke vragen. Het mooiste vind ik om op zo'n moment het gevoel van herkenning en vertrouwen te zien. De blik van, die zagen we aankomen, daar hebben we goed op geanticipeerd."

#ZONDERJOU

GEEN DRAAGVLAK

“De nieuwe parkeerregeling is voor veel mensen best even wennen. We hebben hard gewerkt aan begrijpelijke teksten, heldere infographics en een goed werkende website. Uit de eerste reacties op Facebook en Instagram blijkt dat we daarin zijn geslaagd."

#ZONDERJOU

GEEN DRAAGVLAK

"Gisteren hebben we de plannen gepresenteerd voor de eerste wijk in Venlo die aardgasvrij wordt. Zo’n verandering levert natuurlijk in eerste instantie best onrust en onduidelijkheid op in een wijk. We hadden ons goed voorbereid op vragen van bewoners. Aan het eind wisten de mensen wat de plannen zijn, en wat de nabije toekomst hen gaat brengen. Na afloop kreeg ik een compliment van mijn collega's."

Voorbeeld Team Levenszaken

#ZONDERJOU

GEEN BLIJE PAPA’S

“Geluksmomentjes in mijn dag zijn de kersverse vaders bij de aangifte van geboorte van een kind. Je pikt ze er iedere keer uit. Ze stralen namelijk altijd. Vaak maken ze een selfie tijdens de aangifte van het nieuwe Venlonaerke. Bijdragen aan zo’n speciaal moment, daar doe je het toch voor?”

Voorbeelden Team Facilitaire zaken

#ZONDERJOU

GEEN BRUILOFT

'Als klein meisje droomde ik al van een prinsessenbruiloft op het Stadhuis. Ik ben dus helemaal op mijn plek bij het ondersteunen van evenementen en bruiloften. Mijn werk is nooit voorspelbaar, er kan altijd iets mis gaan. Laatst begeleidde ik een bruiloft, deze was tot in de puntjes geregeld. Prachtige jurk, een eigen zanger, echt alles klopte. Tot het moment waarop ik vroeg waar de ringen waren. Die waren ze vergeten.
Voor mij heeft trouwen iets magisch. Ik let er trouwens altijd op dat ik niet tegen het bruidspaar zeg: 'tot de volgende keer!'

#ZONDERJOU

GEEN BRUILOFT

'Het regelen van bruiloften op het stadhuis is één van mijn taken. Vaak is het belangrijkste van dit werk het geruststellen van het bloednerveuze stel. En toch kan er altijd iets mis kan gaan, ondanks goede voorbereiding. Zo als die keer dat op het plechtige moment de iPhone van de ceremoniemeester startte met een reclame over hondenbrokjes in plaats van het bruiloftsnummer. Gelukkig ben ik dan in staat om snel te handelen. Het moment was gered!'

De vacaturetekst.

De algemene onderdelen van de vacaturetekst hebben we in lijn gebracht met deze campagne. Deze bestaat uit drie onderdelen: de kernschets van Venlo als stad, de algemene tekst 'werken voor onze gemeente' en de beschrijving van het team.

[Algemene kernschets Venlo]

Venlo is
een overzichtelijke stad met unieke kwaliteiten. De sfeer is gemoedelijk en de ambities zijn hoog. De economie kent drie sterke troeven: de Greenport (goede en gezonde voeding en alles wat daarbij hoort), innovatieve maakindustrie en slimme logistiek.
De stad ligt aan de grens en profiteert daarvan. Europese grenzen worden eigenlijk nauwelijks meer gevoeld. Venlo kent een veelbewogen geschiedenis en dat zie je terug in de hele gemeente. Tradities, cultuurhistorie en evenementen gaan prettig samen met toponderzoek op de Brightlands campus en circulaire economie. De Maas is de levensader en de natuur is altijd onder handbereik.

[Algemeen gemeente]

Werken voor
de gemeente is boeiend en bevredigend. De opgaven zijn ingewikkeld dus je wordt intellectueel uitgedaagd. Tegelijk is het werk nooit abstract; plannen gaan over mensen die je zelf tegenkomt, projecten liggen letterlijk om de hoek. Je ziet resultaat van je werk.
Wij zoeken betrokken medewerkers die resultaten boeken op een slimme manier. Dit betekent dat je goed moet zijn in je vak, maar ook begrijpt wat de omgeving vraagt en wanneer je andere collega's moet raadplegen.

De volgende stap is dat we per team een krachtig profiel opstellen. Vaak zijn we in dit soort teksten geneigd om een uitvoerige beschrijving te geven in een poging om de omschrijving allesomvattend te maken. Vage termen of meervoudig interpreteerbare begrippen worden meestal niet geschuwd. Maar het is juist de kunst om de strekking af te pellen tot de kern waar het team écht voor staat.

[Voorbeelden teamteksten]

Team Communicatie
vormt de schakel tussen binnen en buiten. Besluiten moeten goed worden voorbereid; maatregelen zorgvuldig bekendgemaakt en beleid begrijpelijk uitgelegd. Snelheid en professionaliteit zijn kernkwaliteiten binnen ons team. We denken vanuit de klant en helpen collega's om goed beleid te maken. Geen dag is hetzelfde; er wordt hard gewerkt maar we mogen ook graag een uurtje op het terras bijpraten."

Team P&O
ondersteunt de medewerkers en de organisatie op het gebied van personele zaken.
Dit doen we vanuit een regisserende rol waarbij we kijken vanuit de bril van de klant.
We begeleiden veranderingen en stimuleren eigenaarschap zodat je als medewerker trots bent op de prestatie die je levert. Integer handelen en samenwerken zijn kernkwaliteiten binnen ons team. We zijn positief kritisch en inhoudelijk stevige gesprekspartners. Maar als het er op aan komt dan staan we er ook, voor elkaar en met elkaar.

Team Facility Management
is de motor achter de organisatie op het gebied van huishoudelijke diensten. We zorgen ervoor dat je als medewerker alle benodigde faciliteiten tot beschikking hebt om je werk goed te kunnen doen. Een optimale klantbeleving en snelle en efficiënte dienstverlening zijn onze kernkwaliteiten. De meerwaarde die wij als team leveren is het faciliteren van een eigentijdse werkomgeving waarin mensen met plezier hun werk kunnen doen.

Team Gemeentearchief
verwerft en beheert grote hoeveelheden informatie. Van de Venlose middeleeuwen tot de huidige tijd. We zorgen voor een duurzaam beheer en maken informatie toegankelijk voor de burger. De opkomst van nieuwe technologieën stelt ons in staat om telkens op zoek te gaan naar slimmere manieren van archiveren, zoeken en delen. We maken de omslag van analoog naar digitaal. Historische kennis en vakmanschap zijn onze kernkwaliteiten.
Ons team werkt met passie, ieder vanuit zijn eigen specialisme. Maar juist dat vult elkaar mooi aan.

Het inhoudelijke onderdeel van de vacaturetekst, zoals taken en het gevraagde profiel, zullen net als nu geschreven worden op het moment van een daadwerkelijke vacature. We kiezen hiervoor omdat de inhoud sterk aan verandering onderhevig is. Wel zullen we op termijn een format maken met duidelijke richtlijnen waar deze onderdelen aan moeten voldoen.