

KÖLNER FRIEDHOFSGÄRTNER

Cooler Berufswerbung im Kino

Mit einer eigenen Kampagne, zu der eine Website (www.ruhebewahrer.de) und eine Facebook-Seite (www.facebook.com/ruhebewahrer) ebenso gehören wie ein Kinospot, wirbt die Genossenschaft Kölner Friedhofsgärtner für die Ausbildung in ihrem Beruf. Für den Start im März haben die Rheinländer einen Trailer produzieren lassen, der vier Wochen lang im Kölner Cinedome vor den Filmen laufen wird. Im

Herbst, vor dem Start des neuen Ausbildungs-Jahrgangs, wird der Film dann noch einmal gezeigt. Der 43-Sekunden-Spot zeigt, dass zeitgemäße Lebensqualität und der Friedhof gut zusammenpassen. Er soll das Image des Berufs Friedhofsgärtner bei Jugendlichen verbessern und sie für eine Ausbildung gewinnen.

Die übersichtliche Website räumt in kurzen Worten

mit allen möglichen Vorurteilen auf („Zwischen dir und der Ewigkeit liegen 3 Jahre“). Die Kampagne soll die Stärken einer Ausbildung im Friedhofsgartenbau herausstellen: Eigenständige, kreative Arbeit, Perspektive/ Jobsicherheit und körperliche Fitness/Arbeiten in der Natur.

Im Mittelpunkt der Kampagne steht der Slogan „Ruhe bewahren – Friedhofsgärtner werden.“ Dieser soll einerseits für gelassene Stimmung am Arbeitsort stehen und gleichzeitig vermitteln, dass Friedhofsgärtner Dinge und Werte bewahren und pflegen.

„Unsere Ausbildungsinitiative läuft schon seit zwei Jahren und wir konnten damit Quantität und Qualität der Bewerber steigern“, sagt Geschäftsführer Lutz Pakendorf. Nun sollen der Film, die Microsite, die Facebook-Seite, Schoolcards und Printflyer helfen, neue Zielgruppen anzusprechen. Dafür haben die 50 Betriebe einen mittleren fünfstelligen Betrag in die Hand genommen, um 2017 für ihren Beruf zu werben.

Gegen Kostenbeteiligung dürfen andere Verbände oder Genossenschaften die Kampagne ganz oder in Teilen übernehmen.

tw/ck

UMFRAGE IN NRW

Weniger kreditwürdige Betriebe

➤ 20% der Friedhofsgärtner, die sich am Betriebsvergleich des Gartenbauzentrums Essen 2014 beteiligten, gaben an, dass sich der Bereich Dauergrabpflege positiv entwickelt habe. Für die Jahrespflege gab ein Drittel „schwach“ oder „stärker abgenommen“ an.

➤ In den Blumengeschäften der Friedhofsgärtner verlief das Frühjahr 2014 „nicht berauschend“. Mit der Sommersaison waren zwei Drittel „einermaßen“ zufrieden, zu den Totengedenktagen und zu Advent verzeichnete die Hälfte der Befragten weniger Umsatz als im Vorjahr.

➤ Bei den Neuanlagen nannte die Hälfte Rückgänge bei Wahlgräbern, bei Reihengräbern waren es gar zwei Drittel, bei Urnengräbern 40% – daran lässt sich die Tendenz zu kleineren Gräbern oder anderen Grabformen ablesen.

➤ Besonders spannend ist die Frage nach dem Erfüllen der Basel-II-Kriterien, die für Banken wichtig sind, wenn es um die Vergabe von Krediten geht. 20% der Betriebe erfüllten die im letzten Jahr nach eigenen Angaben nicht, 54% nur zum Teil und nur 20% erfüllten alle. Die letzte Zahl sinkt seit Jahren.

Der Betriebsvergleich, der auf einer Umfrage basiert, wird seit 1994 in Nordrhein-Westfalen durchgeführt. Dr. Karl-Heinz Kerstjens stellte die Zahlen im Rahmen der ersten gemeinsamen Wintertagung der NRW-Friedhofsgärtner in Hattingen vor.

Jam

