

Der Chef der Staatskanzlei des Landes Schleswig-Holstein
Postfach 71 22 | 24171 Kiel

Schleswig-Holsteinischer Landtag
Umdruck 19/3435

An den Vorsitzenden des
Finanzausschusses des
Schleswig-Holsteinischen Landtages
Herrn Stefan Weber, MdL
Landeshaus
24105 KIEL

nachrichtlich:

Frau Präsidentin
des Landesrechnungshofes
Schleswig-Holstein
Dr. Gaby Schäfer
Berliner Platz 2
24103 KIEL

gesehen
und weitergeleitet
Kiel, den 13.01.2020



über das:

Finanzministerium
des Landes Schleswig-Holstein
Düsternbrooker Weg 64
24105 KIEL

03. Januar 2020

Sehr geehrter Herr Vorsitzender,

ich wünsche Ihnen und den Mitgliedern des Finanzausschusses ein frohes neues Jahr.

In der Ausschusssitzung am 28. Februar 2019 hatte ich im Zusammenhang mit der Behandlung der Antwort der Landesregierung auf die Große Anfrage „Ausbildungssituation beim Land Schleswig-Holstein“ (Drs. 19/736) auch über den Stand der Nachwuchskräfte-Werbekampagne des Landes berichtet. Im Nachgang dazu leite ich Ihnen eine Unterlage zu, die zum einen die in diesem Jahr geplanten Werbemaßnahmen beschreibt (Media-plan 2020). Zum anderen enthält sie einen Rückblick auf das vergangene Jahr (Bilanz 2019).

Diese Darstellung verdeutlicht, dass das Land Schleswig-Holstein auf sehr unterschiedlichen Wegen für sich als Arbeitgeber wirbt und hierbei zunehmend digitale Medien nutzt.

Ich biete an, dem Finanzausschuss über den Fortgang der Werbekampagne in einer der kommenden Sitzungen zu berichten und zur Illustration zwei neue Recruiting-Filme sowie den Instagram-Account @moin_karriere vorzustellen.

Mit freundlichen Grüßen

gez.
Dirk Schrödter

Anlage

Unterlage „Nachwuchskräftegewinnung des Landes Schleswig-Holstein – geplante Werbemaßnahmen im Jahr 2020 und Bilanz 2019“

Nachwuchskräftegewinnung des Landes Schleswig-Holstein – geplante Werbemaßnahmen im Jahr 2020 und Bilanz 2019

Der Ministerpräsident
Staatskanzlei des Landes Schleswig-Holstein
Düsternbrooker Weg 104
24105 Kiel

Stand: 20. Dezember 2019
Verantwortlich: Staatskanzlei | Abteilung 4 | Referat 45

Inhalt**Nachwuchskräfte-Werbekampagne:
Jahresplanung 2020**

A	Außenwerbung	5
	Werbung auf Dienst-KFZ	5
	ÖPNV-Werbung	5
	Kinowerbung	5
	Recruiting-Filme	6
	Alternative Werbeformen	6
	Digitale Werbetafeln	6
	Plakate / Banner	6
B	Digitale Werbung	7
	Soziale Medien	7
	Karriereportal / Online-Test	7
	WEB-Anzeigen; Werbebanner	7
	Online-Medien; mögliche neue Maßnahmen	7
C	Messeequipment / Publikationen / Print	8
	Neues Messeequipment	8
	Erweiterung Messestände / Eyecatcher	8
	Oberbekleidung Messeteams / Hoodies für Nachwuchs- kräfte	9
	Broschüre "Ich freue mich auf die Zukunft"	9
	Anzeigenschaltung	9
	Fotoshooting	9
	Give-aways / Messebekleidung	10
	Werbepostkarten	10
	Messeplakate und Messeflyer	10
D	Veranstaltungen	10
	Ehrung der Jahrgangsbesten	10
	Landeseigene Ausbildungsmessen	10
	Summer Camp 2020	11

	Diversity-Maßnahmen	11
E	Sonstiges	11
	Kooperation mit der CAU - Wirkungsmessung	11
	Sitzungen der AG "Nachwuchskräftegewinnung"	12
	Workshop mit AG "Nachwuchskräftegewinnung"	12
	Nachwuchskräfte-Werbekampagne: Bilanz 2019	13
F	Außenwerbung	13
	Werbung auf Dienst-KFZ	13
	Werbung im ÖPNV	13
	Kinowerbung	13
	Recruiting-Filme	13
	Digitale Werbetafeln	14
	Bannerwerbung	14
G	Digitale Werbung	14
	Social Media	14
	Ausbildungsportal - Berufsorientierungstest	15
	Digitale (Internet-)Werbung	15
H	Messeequipment / Publikationen / Print	16
	Messestände	16
	Publikationen	16
	Anzeigenschaltung	17
	Give-aways	17
	Werbepostkarten	17
I	Veranstaltungen	17
	Ehrung der Jahrgangsbesten 2019	17
	Präsentation auf Ausbildungsmessen und weiteren Veranstaltungen	18
	Schulbesuch	18
	Summer Camp 2019	18
	Attraktivitätspaket technische Berufe	19

J	Sonstiges	19
	Kooperation mit der CAU - Wirkungsmessung	19
	Arbeitsgruppe "Nachwuchskräftegewinnung"	19
	Rahmenvertrag	19

Nachwuchskräfte-Werbekampagne: Jahresplanung 2020

Im Zusammenwirken mit der Designagentur *Amatik* aus Kiel wurde ein Mediaplan für die Fortsetzung der Werbekampagne im Jahr 2020 (geplantes Budget: 280,0 T€) aufgestellt. Die von der Staatskanzlei geleitete ressortübergreifende Arbeitsgruppe „Nachwuchskräftegewinnung“ hat diesem Mediaplan in ihrer Sitzung am 10. Dezember 2019 zugestimmt.

An den Sitzungen der Arbeitsgruppe nehmen neben den Ausbildungsbereichen auch Nachwuchskräfte und Interessenvertretungen (AGHPR, AGOL, AG HSchwbV, Arbeitskreis der GB) teil. Die Arbeitsgruppe tagt in der Regel viermal im Jahr.

Folgende Maßnahmen sind geplant:

A. Außenwerbung

Werbung auf Dienst-KFZ

Ab 2020 werden die Dienst-KFZ von einer Firma für Werbetechnik aus Neumünster foliert werden, mit der für zwei Jahre ein Rahmenvertrag geschlossen wurde. Nach dem Ergebnis einer ersten Bedarfsabfrage im Herbst 2019 werden 2020 voraussichtlich weitere 23 Fahrzeuge und 2021 nochmals 15 Fahrzeuge foliert werden.

ÖPNV-Werbung

Die Werbung auf ÖPNV-Bussen in gesamten Land wird im Zeitraum April bis September 2020 fortgesetzt werden. Da die Wirkungsmessungen zeigen, dass die primäre Zielgruppe – Jugendliche im Alter zwischen 15 und 20 Jahren – die Werbung auf den Traffic-Boards (Karosserie) nur vereinzelt wahrnimmt, wird wie 2019 vermehrt in den Bussen mit Swing Cards und Postern geworben werden. Diese Ansprache ist kostengünstiger und direkter.

Kinowerbung

Die 2019 gedrehten Recruiting-Filme *Technische Berufe* (Film 1) und *Vielfältiger, attraktiver Arbeitgeber* (Film 2) werden im Mai und Juni 2020 im Werbeblock von Kinovorstellungen gezeigt werden.

Recruiting-Filme

In diesem Jahr wird die Staatskanzlei selbst zwei weitere einminütige Recruiting-Filme im bisherigen Format drehen.

In Film 1 sollen sehr verschiedene Berufsfelder der Landesverwaltung gezeigt werden, um die Vielfalt der Tätigkeiten zu zeigen.

Für Film 2 werden voraussichtlich Szenen mit sieben Nachwuchskräften gedreht werden, die das neue Instagram-Profil @moin_karriere zur Nachwuchskräfte-Werbung regelmäßig bespielen.

Alternative Werbeformen

Es ist beabsichtigt, an allen Messeständen Fußball-EM 2020 - Planer mit Werbeslogans auszulegen.

Sofern es sich kostenmäßig realisieren lässt, sollen außerdem Warenrentennstäbe an Einkaufskassen von Supermärkten mit Nachwuchskräfte-Werbung versehen werden.

Digitale Werbetafeln

Es ist beabsichtigt, digitale Werbetafeln in Kiel und Lübeck zu geeigneten Zeiträumen erneut für die Nachwuchs- und Fachkräftewerbung zu nutzen.

Des Weiteren soll während der Kieler Woche eine mobile Werbetafel angemietet und diese - sofern es keine (bau-)ordnungsrechtlichen Hindernisse gibt - auf dem landeseigenen Grundstück vor der Staatskanzlei aufgestellt werden.

Plakate / Banner

Zusammen mit den Ausbildungsbereichen wird derzeit geprüft (u.a. bauordnungsrechtliche Vorschriften), ob es in den vier kreisfreien Städten geeignete Gebäude von Landesbehörden gibt, an denen Megaposter bzw. Banner angebracht werden können. Alternativ oder additiv (je nach Kostenaufwand) ist beabsichtigt, Stromkästen an viel frequentierten Fußwegen plakatieren zu lassen.

Außerdem wird im ersten Halbjahr 2020 geklärt werden, ob die Bannerwerbung des Landes am Stadion von Holstein Kiel auch in der Saison 2020/21 erfolgen kann.

B. Digitale Werbung

Soziale Medien

Seit 2018 ist das Land SH mit einem Employer Branding Profil auf XING vertreten, um den Arbeitgeber Land SH bekannter zu machen und Stellenausschreibungen viral zu verbreiten. Vorrangige Zielgruppen sind Studierende in der Phase der Berufsorientierung (als potenzielle Nachwuchskräfte des höheren Dienstes) sowie Fachkräfte, die für das Land SH als Quereinsteiger interessant sind.

Aufgrund der sehr guten Resonanz wird der im November 2019 eingerichtete Instagram-Account @moin_karriere zur Nachwuchskräfte-Werbung fortgesetzt werden. Ziel ist es, möglichst viele Abonnenten zu gewinnen, um eine große Reichweite sicherzustellen. Auch ist vorgesehen, 2020 erstmals Instawalks anzubieten.

Karriereportal / Online-Test

Die Staatskanzlei beabsichtigt, das Ausbildungs- und Karriereportal des Landes im Internet neu zu gestalten. Vorarbeiten laufen bereits. Aufgrund des Umfangs der Neuerungen ist das Projekt längerfristig angelegt.

Außerdem wird seit Herbst 2019 von dem Institut für Psychologie der Universität Kiel im Rahmen von Projektarbeiten für Studierende der Berufsorientierungstest aktualisiert, der sich im Ausbildungsportal befindet. Im Anschluss an die Überarbeitung wird ein IT-Dienstleister die Software anpassen. Dieses Projekt soll bis Spätsommer 2020 abgeschlossen werden.

WEB-Anzeigen; Werbebanner

Wie bereits im Jahr 2019 werden auch 2020 mehrmals vierfarbige HTML-Banner mit Nachwuchswerbung im Google-Displaynetzwerk (inklusive Youtube) digital geschaltet werden. Hierzu wurde mit einer Werbeagentur ein zweijähriger Rahmenvertrag bis 2021 geschlossen.

Online-Medien; mögliche neue Maßnahmen

Durch die jährliche ARD/ZDF-Onlinestudie wird repräsentativ aufgezeigt, welche Medien von bestimmten Altersgruppen mit welcher Frequenz spezifisch genutzt werden.

Die Studie zeigt deutlich, dass Werbung mittels der digitalen Medien zum Erreichen der primären Zielgruppe (14 bis 29 Jahre) unerlässlich ist. Mit Instagram und XING wurden bereits Schritte in die richtige Richtung getan. Auch zeigt die Umfrage, dass Werbung auf YouTube ein geeigneter Weg ist, um junge Menschen zu erreichen. Deshalb wird das Land weiterhin auf YouTube um Nachwuchskräfte werben.

Im auditiven Bereich liegt die Reichweite zwischen der Radionutzung und den Streamingdiensten in etwa gleichauf.

Die Radionutzung scheint durch die hohe Reichweite (Jugendliche und Eltern) für Werbemaßnahmen erfolgversprechend zu sein.

Daneben kommen auch die auditiven Streamingdienste für Werbemaßnahmen in Betracht. Spotify ist auf diesem Feld der Anbieter mit der höchsten Reichweite.

Die Staatskanzlei wird deshalb zeitnah Angebote einholen und entscheiden, ob und in welchem Umfang Radiowerbung und Werbung bei Streamingdiensten (voraussichtlich Spotify) geschaltet werden.

C. Messeequipment / Publikationen / Print

Neues Messeequipment

In unregelmäßigen Abständen besteht auf Seiten der Ausbildungsberufe der Bedarf, abgenutztes Messeequipment durch neues ersetzen zu lassen. In den Fällen koordiniert die Staatskanzlei die Prozessschritte (Agentur; Produzent; Kostenverteilung), insbesondere dann, wenn neue Fotos auf die Messedisplays gesetzt werden sollen. Auf diese Weise wird ein einheitliches Erscheinungsbild der Messestände sichergestellt.

Erweiterung Messestände / Eyecatcher

2020 soll der Messestand der Allgemeinen Verwaltung um ein attraktives digitales Quiz mit Landesbezug (in Anlehnung an die Sendung „Wer wird Millionär?“) ergänzt werden.

Auch der Messestand des Oberlandesgerichts Schleswig wird zusätzlich einen Eyecatcher erhalten. In Rede steht eine Fotobox, an der sich Standbesucher/-innen z.B. in einer Richterrobe fotografieren lassen können. Eine Entscheidung steht noch aus.

Oberbekleidung Messeteams / Hoodies für Nachwuchskräfte

Neben der bedarfsbezogenen Nachbeschaffung von Oberbekleidung für die Mitglieder der Messeteams ist beabsichtigt, dass die Staatskanzlei für neu eingestellte Nachwuchskräfte verschiedener Ausbildungsbereiche ab 2020 Hoodies mit dem Slogan „*Wir halten das Land am Laufen*“ beschafft. Diese Hoodies werden die Nachwuchskräfte von ihren Ausbildungsbereichen, die auch die Kosten tragen, künftig als Begrüßungspräsident (Onboarding; Werbebotschafter) erhalten.

Broschüre „Ich freue mich auf die Zukunft“

Derzeit wird die Informationsbroschüre „*Ich freue mich auf die Zukunft. Arbeiten beim Land Schleswig-Holstein*“ überarbeitet, die weiterhin sehr gut nachgefragt wird. Die vierte Auflage soll in der ersten Jahreshälfte 2020 publiziert werden.

Anschließend wird die deutsche Fassung in die arabische, englische und türkische Sprache übersetzt werden. Auch werden jeweils neue Layouts zu erstellen sein, bevor diese fremdsprachigen Fassungen gedruckt und verteilt werden können.

Anzeigenschaltung

Auch 2020 werden verschiedene Anzeigen und redaktionelle Texte zur Bewerbung der verschiedenen Ausbildungs- bzw. Studienmöglichkeiten für Nachwuchskräfte in den Lübecker Nachrichten, den Kieler Nachrichten, der Schleswig-Holsteinischen Landeszeitung sowie in Magazinen veröffentlicht werden.

Sofern finanzielle Spielräume bestehen sollten, werden darüber hinaus überregionale Zeitungen mit auffälligen Titelblattmarkern (sog. „Sticky-Notes“), die den aussagekräftigen Slogan „*Darf ich dich an Land ziehen?*“ tragen, versehen werden.

Fotoshooting

Es ist geplant, 2020 jeweils zwei neu eingestellte Nachwuchskräfte (m/w) der zehn Ausbildungsbereiche in realistischen Arbeitsszenen zu fotografieren, um den Fotobestand für die verschiedenen Werbemedien zu aktualisieren.

Give-aways / Messebekleidung

Auf Basis eines bestehenden Rahmenvertrages mit einem Produzenten werden für alle Messestände des Landes fünf verschiedene Give-aways in 1000er-Stückzahlen nachbeschafft werden. Außerdem ist beabsichtigt, ein bis zwei neue Give-aways produzieren zu lassen.

Werbepostkarten

Zum einen werden erneut in großer Stückzahl Werbepostkarten (sog. take away Cards) mit verschiedenen Werbeslogans in unterschiedlichen Locations (Restaurants, Kneipen, Fitnesscenter etc.) in Kiel und Lübeck ausgelegt werden.

Da auf diesen Karten auch auf den Instagram-Account @moin_karriere zur Nachwuchskräfte-Gewinnung hingewiesen wird, ist vorgesehen, sie künftig an den zehn Messeständen des Landes ebenfalls auszulegen.

Messeplakate und Messeflyer

Zur Bewerbung der selbst organisierten Ausbildungsmessen werden in großer Stückzahl jeweils spezifische Messeplakate und Messeflyer erstellt werden. Grundmuster wurden 2019 entwickelt.

D. Veranstaltungen

Ehrung der Jahrgangsbesten

Im Herbst 2020 wird die Staatskanzlei eine weitere Veranstaltung zur Ehrung der besten Nachwuchskräfte der Landesverwaltung durch den Ministerpräsidenten organisieren und durchführen.

Landeseigene Ausbildungsmessen

2020 wird die Staatskanzlei zum einen die Teilnahme der Ausbildungsbereiche an bedeutenden Messen (z.B. Vocatium, Arbeitsagenturen) koordinieren. Zum anderen werden das für Personalmarketing zuständige Referat und die zehn Ausbildungsbereiche bei verschiedenen Anlässen, zum Beispiel bei den Berufsorientierungscamps der Türkischen Gemeinde oder beim Jugendaufbauwerk Plön, das Land als Arbeitgeber vorstellen.

Zudem wird die Staatskanzlei im Zusammenwirken mit den Ausbildungsbereichen folgende Messen selbst veranstalten:

- 29. Januar 2020 – Ausbildungsmesse für junge Menschen mit Migrationshintergrund im Berufsinformationszentrum (BIZ) Elmshorn mit 9 Ausbildungsbereichen des Landes
- 07./08. Februar 2020 – Lübecker CITTI-PARK Messe „Ausbildung im öffentlichen Dienst in SH“ mit 18 Behörden des Landes, Bundes und der Kommunen
- 20. Februar 2020 – Ausbildungsmesse für junge Menschen mit Migrationshintergrund im BIZ Kiel mit 11 Ausbildungsbereichen des Landes
- 26. Februar 2020 – Ausbildungsmesse für junge Menschen mit Migrationshintergrund im BIZ Lübeck mit 9 Ausbildungsbereichen des Landes.

Summer Camp 2020

Der Ministerpräsident wird bis zu 30 Nachwuchskräfte des höheren Dienstes vom 28. bis 30. August 2020 zu einem weiteren Summer Camp in die Akademie Sankelmark einladen. Die Staatskanzlei wird diese Veranstaltung organisieren und begleiten.

Diversity-Maßnahmen

Mit dem Ziel, den Anteil an Nachwuchskräften mit Behinderung in der Landesverwaltung zu erhöhen, besteht eine Absprache mit dem Landesbeauftragten für Menschen mit Behinderung, im Frühjahr 2020 einen gemeinsamen Workshop durchzuführen. Die Staatskanzlei wird diesen Workshop zusammen mit dem Landesbeauftragten vorbereiten und inhaltlich begleiten.

E. Sonstiges

Kooperation mit der CAU - Wirkungsmessung

Im Zuge der bestehenden Kooperation mit dem Institut für Psychologie der Universität Kiel (CAU) wird im Frühjahr 2020 für den Zeitraum 2019/20 die vierte Wirkungsmessung abgeschlossen werden.

Parallel dazu ist mit der CAU zu erörtern, ob und wie danach die Zusammenarbeit fortgesetzt werden kann. Hintergrund ist, dass aufgrund der inzwischen weitreichenden wissenschaftlichen Ausleuchtung des Themas eine fünfte Wirkungsmessung als Projektarbeit für das Institut für Psychologie nicht mehr in Betracht kommt. Es wird daher über Alternativen, zum Beispiel die Vergabe eines Werkvertrages, zu sprechen sein. Ein Auftaktgespräch ist bereits erfolgt.

Sitzungen der AG „Nachwuchskräftegewinnung“

Alle Werbemaßnahmen werden weiterhin in der ressortübergreifenden Arbeitsgruppe „Nachwuchskräftegewinnung“ koordiniert. Die Arbeitsgruppe wird 2020 voraussichtlich viermal tagen. Die Leitung und Geschäftsführung liegt beim für Personalmarketing zuständigen Referat der Staatskanzlei.

Workshop mit AG „Nachwuchskräftegewinnung“

Zur Festigung der Zusammenarbeit und gemeinsamen inhaltlichen Ausrichtung aller Werbemaßnahmen steht in Rede, im Herbst 2020 einen ganztägigen Workshop mit den Ausbildungsbereichen durchzuführen (abhängig von Zeit und Geld).

Nachwuchskräfte-Werbekampagne: Bilanz 2019

Im Jahr 2019 wurden von der Staatskanzlei folgende ressortübergreifende Maßnahmen zur Nachwuchskräfte-Gewinnung getroffen:

F. Außenwerbung

Werbung auf Dienst-KFZ

Weitere 38 Dienst-KFZ sind mit Folien zur NWK-Werbung versehen worden.

Davon wurden 10 Fahrzeuge mit dem Slogan „*Komm zu uns*“ foliert. Insgesamt sind mit diesem Slogan mittlerweile 171 Fahrzeuge beschriftet worden.

Außerdem wurden weitere 28 Dienst-KFZ der Justiz mit dem Slogan „*Dein Beruf. Justizvollzug*“ beschriftet (insgesamt foliert: 57).

Ferner wurde ein neuer Rahmenvertrag mit einer Agentur, die künftig die Folierung durchführt, für die Jahre 2020 und 2021 ausgeschrieben.

Werbung im ÖPNV

Im Zeitraum April bis September wurden zum einen 16 Busse, die entweder im innerstädtischen Linienverkehr oder im Überlandverkehr eingesetzt werden, werbewirksam von außen plakatiert (Traffic-Boards). Zum anderen wurden landesweit in ÖPNV-Bussen insgesamt 184 Busposter und 6.515 Swing Cards ausgehängt.

Kinowerbung

In diesem Jahr wurden im Zeitraum vom 09. Mai 2019 bis 19. Juni 2019 im Werbeblock von 18 Lichtspielhäusern (36 Kinosäle) die im Jahr 2018 gedrehten Recruiting-Filme „*Ich arbeite für Schleswig-Holstein – Allgemeine Verwaltung / Steuerverwaltung*“ und „*Ich arbeite für Schleswig-Holstein - Justizverwaltung*“ als Kinowerbespots gezeigt.

Recruiting-Filme

In Zusammenarbeit mit der Agentur Plan B aus Kiel und Landesbeschäftigten wurden weitere zwei Recruiting-Filme mit jeweils einminütiger Länge gedreht.

Film 1: Technische Berufe

Mit Blick auf den steigenden Fachkräftebedarf in den technischen Aufgabenfeldern zeigt dieser Film Nachwuchs- und Fachkräfte des LVerGeo und des LBV-SH. Sie erzählen, warum sie gern beim Land SH arbeiten.

Film 2: Vielfältiger, attraktiver Arbeitgeber

In diesem Film werden vier Szenen gezeigt:

- Polizist mit Migrationshintergrund, der über Teamarbeit spricht
- Eine schwerbehinderte Beamtenanwärterin, die über ihre Personalentwicklung berichtet
- Ein junger Chemielaborant zeigt seinen modernen Arbeitsplatz im Landeslabor
- Eine Verwaltungsbeamtin nennt die Vorzüge von Teilzeit und Heimarbeit, die ihr beim Land SH geboten werden.

Diese Clips werden im Ausbildungsportal, bei YouTube, in sozialen Medien und im Frühjahr 2020 in der Kinowerbung gezeigt.

Digitale Werbetafeln

Zusammen mit dem Zentralen Personalmanagement der Staatskanzlei wurde im August und September sowie am Tag der deutschen Einheit auf digitalen Werbetafeln im Kieler Stadtgebiet um technische Fachkräfte und Nachwuchskräfte geworben.

Bannerwerbung

Seit Oktober 2019 und bis Ende Juni 2020 wirbt das Land mit einem großen Werbebanner (7,58 m * 4,67 m) an der neuen Osttribüne des Holstein-Stadions um technische Fachkräfte und Nachwuchskräfte.

G. Digitale Werbung

Social Media

Seit 2018 ist das Land SH mit einem Employer Branding Profil auf XING vertreten. Ziel ist es, den Arbeitgeber Land SH bekannter zu machen und über einen weiteren Weg im Social Media-Bereich potentiellen Bewerbern Informationen, zum Beispiel Stellenausschreibungen, und Einblicke in die verschiedenen Berufsfelder der Landesverwaltung zu geben. Vorrangige Zielgruppen sind Studierende in der Phase der

Berufsorientierung (als potenzielle Nachwuchskräfte des höheren Dienstes) sowie Fachkräfte, die für das Land SH als Quereinsteiger interessant sind.

Seit Anfang November d.J. wirbt das Land mit einem eigenen Instagram-Account ***mojn_karriere*** um Nachwuchskräfte für die Landesverwaltung.

Sieben Nachwuchskräfte aus den Bereichen Allgemeine Verwaltung, Justiz, Landeslabor, Steuerverwaltung, Straßenbau und Vermessung berichten seitdem regelmäßig auf Instagram aus verschiedenen Blickwinkeln über ihre Ausbildung bzw. Studium sowie über ihre verschiedenen Berufe und Erfahrungen. Darüber hinaus gibt es seitens der Redaktion in der Staatskanzlei Tipps zu Bewerbungen, Hinweise zu Ausbildungsmessen, aber auch Wissenswertes und Kurioses („Fun Facts“) über Schleswig-Holstein und das Land als Arbeitgeber.

Bei einem Ländertreffen im Oktober 2019 in Bremen zeigte sich, dass das Land Schleswig-Holstein bislang die einzige Landesverwaltung ist, die Instagram gezielt einsetzt, um für sich in Gänze als Arbeitgeber zu werben. In anderen Ländern nutzen lediglich die Polizeien dieses soziale Medium für die Nachwuchskräfte-Gewinnung.

Ausbildungsportal – Berufsorientierungstest

Seit Herbst 2019 wird in Zusammenarbeit mit dem Institut für Psychologie der Universität Kiel im Rahmen von Projektarbeiten für Studierende der Berufsorientierungstest aktualisiert, der sich im Ausbildungsportal befindet. Ein Projektteam, das von drei Psychologiestudenten gebildet wird, wird diese Aktualisierung zum Ende des Wintersemesters 2019/20 abschließen. Anschließend wird ein IT-Dienstleister beauftragt werden, entsprechend dieser Änderungen die Software anzupassen.

Digitale (Internet-) Werbung

2019 wurden erstmalig und mehrfach vierfarbige HTML-Banner mit Nachwuchswerbung im Google-Displaynetzwerk (inklusive YouTube) digital geschaltet.

Zudem wurde ein Rahmenvertrag für die digitale Werbung in den nächsten zwei Jahren ausgeschrieben.

H. Messeequipment / Publikationen / Print

Messestände

Die Messestände des Landes werden schrittweise um Eye-Catcher erweitert.

Für den Stand des Landeslabors hat ein Tischler einen attraktiven Labortisch angefertigt, in dessen Schubladen verschiedene Untersuchungsobjekte abgelegt werden. Ergänzend dazu wurden zwei Mikroskope beschafft, die mit dem eigenen Smartphone genutzt werden können. Die besagten Untersuchungsobjekte können auf diese Weise fotografiert und in den sozialen Medien gepostet werden (Motto: „Ich bin hier gerade am Messestand des Landeslabors und sehe durch ein Mikroskop das hier:“). Durch die Verlinkung mit dem Instagram-Profil des Landes kann die Reichweite gesteigert werden. Gleichzeitig wird es möglich, mit den Besucherinnen und Besuchern der Messen in Kontakt zu bleiben.

Parallel wurde mit den Vorarbeiten begonnen, um den Stand des Ministeriums für Bildung, Wissenschaft und Kultur ab dem kommenden Jahr mit zwei VR-Brillen (VR steht für virtuelle Realität) auszustatten. Durch einen virtuellen Rundgang durch eine Schule (Chemieraum, verschiedene Klassenräume, Lehrerzimmer), bei dem Aufgaben gestellt werden, sollen die jungen Messebesucherinnen und -besucher reale Schuleindrücke aus der Perspektive einer Lehrkraft gewinnen (Motto: „Arbeitest Du gern mit Jugendlichen und Kindern zusammen?“).

Außerdem wurde das Messedisplay des Oberlandesgerichtes Schleswig neugestaltet. Dazu wurde u.a. ein großformatiges Foto, auf dem ein technisch modern ausgestatteter Gerichtssaal gezeigt wird, eingesetzt.

Für jeden Messestand gibt es nun auch einen „Instagram-Rahmen“ mit verschiedenen Aussagen, durch welchen die Besucherinnen und Besucher Bilder machen und ebenfalls auf Instagram hochladen können. Hierdurch kann eine große Reichweite erzielt werden. Zudem bleibt die Messe in dauerhafter Erinnerung.

Publikationen

Die Informationsbroschüre „*Ich freue mich auf die Zukunft. Arbeiten beim Land Schleswig-Holstein*“ wird weiterhin sehr gut nachgefragt.

Deshalb wurde im Februar 2019 eine 3. Auflage mit 5.000 Exemplaren nachgedruckt und verteilt. – Derzeit wird eine vierte Auflage, die 2020 publiziert werden soll, vorbereitet.

Anzeigenschaltung

2019 wurden verschiedene Anzeigen und redaktionelle Texte zur Bewerbung der verschiedenen Ausbildungs- bzw. Studienmöglichkeiten für Nachwuchskräfte in den Lübecker Nachrichten, den Kieler Nachrichten, der Schleswig-Holsteinischen Landeszeitung sowie in Magazinen geschaltet. Platziert wurden diese unter anderem in den redaktionellen Stellenmärkten sowie in einigen Sonderbeilagen zum Thema „Ausbildung und Studium“.

Im Dezember 2019 wurden erstmals 50.000 Ausgaben der Schleswig-Holsteinischen Landeszeitung mit einem auffälligen Titelblattmarker (sog. „Sticky-Note“) versehen, der den aussagekräftigen Slogan *„Darf ich dich an Land ziehen?“* trägt.

Give-aways

Aufgrund eines bestehenden Rahmenvertrages mit einem Produzenten wurden für alle Messestände des Landes fünf verschiedene Give-aways in 1000er-Stückzahlen nachbeschafft.

Außerdem wurde mit der Planung neuer Give-aways begonnen.

Werbepostkarten

Im November 2019 wurden drei Wochen lang je 6.000 Werbepostkarten (sog. take away Cards; 18.000 insgesamt) mit drei verschiedenen Werbeslogans in unterschiedlichen Locations (Restaurants, Kneipen, Fitnesscenter etc.) in Kiel und Lübeck ausgelegt. Auf den Karten wird auch auf neuen Instagram-Account des Landes zur Nachwuchskräfte-Gewinnung hingewiesen.

I. Veranstaltungen

Ehrung der Jahrgangsbesten 2019

Im November 2019 organisierte die Staatskanzlei die Veranstaltung zur Ehrung der besten Nachwuchskräfte der Landesverwaltung durch den Ministerpräsidenten.

Präsentation auf Ausbildungsmessen und weiteren Veranstaltungen

Das für Personalmarketing zuständige Referat in der Staatskanzlei hat bei verschiedenen Anlässen, zum Beispiel bei den Berufsorientierungscamps der Türkischen Gemeinde in Glückstadt und Bad Malente und bei einem Meeting mit Berufsberatern in der Arbeitsagentur Kiel, das Land als Arbeitgeber vorgestellt.

Am 03. Oktober 2019 präsentierte die Staatskanzlei beim Tag der deutschen Einheit ihren Messestand im Kieler Hiroshimapark. Es waren Kolleginnen und Kollegen mehrerer Referate vor Ort.

Zudem veranstaltete die Staatskanzlei folgende Messen selbst:

- 14. Januar 2019 – Ausbildungsmesse für junge Menschen mit Migrationshintergrund im Berufsinformationszentrum Kiel mit 8 Ausbildungsbereichen des Landes
- 15./16. Februar 2019 – Kieler CITTI-PARK Messe „Ausbildung im öffentlichen Dienst in Schleswig-Holstein“ mit 16 Behörden des Landes, Bundes und der Kommunen.

Schulbesuch

Am 17. Januar 2019 wurden in der Goethe-Gemeinschaftsschule Kiel im Rahmen des Unterrichts zur Berufsorientierung das Land als Arbeitgeber sowie die Aufgaben der Landesverwaltung vorgestellt. Den Schülerinnen und Schülern wurden hierbei die dualen Studiengänge und Ausbildungsberufe erläutert und beruflichen Entwicklungsmöglichkeiten aufgezeigt.

Summer Camp 2019

Der Ministerpräsident lud Nachwuchskräfte des höheren Dienstes vom 21. Juni bis 23. Juni 2019 zum Summer Camp in die Akademie Sankelmark ein. Zu diesem Personenkreis zählen insbesondere neu eingestellte Juristinnen/Juristen, Wirtschaftswissenschaftler/-innen und Politologinnen/Politologen.

Das für Personalmarketing zuständige Referat organisierte und begleitete diese Veranstaltung.

Attraktivitätspaket technische Berufe

Zusammen mit dem Zentralen Personalmanagement der Staatskanzlei wurden zum 1. *Handlungsfeld: Außendarstellung stärken* des Attraktivitätspakets bezüglich technischer Berufe mehrere Workshops mit externer Moderation organisiert bzw. begleitet und Werbemaßnahmen entwickelt.

J. Sonstiges

Kooperation mit der CAU - Wirkungsmessung

Im Zuge der bestehenden Kooperation mit dem Institut für Psychologie der Universität Kiel (CAU) wurde im Sommer 2019 die dritte Wirkungsmessung für den Zeitraum 2018/19 abgeschlossen.

Derzeit wird von einem neuen Projektteam der CAU die vierte Wirkungsmessung vorbereitet, die bis Ende des Frühjahrs 2020 beendet werden wird.

Arbeitsgruppe „Nachwuchskräftegewinnung“

Alle Werbemaßnahmen koordiniert die Arbeitsgruppe „Nachwuchskräftegewinnung“, an der neben den Ausbildungsbereichen auch Nachwuchskräfte und Interessenvertreter (AGHPR, AGOL, AG HSchwV, GB) teilnehmen. Die Arbeitsgruppe unter der Leitung der Staatskanzlei tagte viermal in diesem Jahr.

Rahmenvertrag

Da der bestehende Rahmenvertrag mit der Designagentur Amatik, die die Werbekampagne zur Nachwuchskräfte- und Fachkräftegewinnung begleitet, Ende 2019 auslief, wurde zusammen mit der GMSH ein Vergabeverfahren durchgeführt. Der Zuschlag wurde für den Zeitraum 2020 bis 2023 erneut der Designagentur Amatik erteilt, die sich gegen vier Mitbewerber durchgesetzt hat.