



Schleswig-Holstein  
Der Chef der Staatskanzlei



TAG DER  
DEUTSCHEN EINHEIT  
KIEL - 2./3. OKTOBER 2019

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

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

Nachrichtlich:  
Frau Präsidentin  
des Landesrechnungshofs  
Schleswig-Holstein  
Dr. Gaby Schäfer  
Berliner Platz 2  
24103 Kiel

gesehen  
und weitergeleitet  
Kiel, den 16.09.2019

Über das:  
Finanzministerium  
des Landes Schleswig-Holstein  
Düsternbrooker Weg 64  
24105 Kiel

Schleswig-Holsteinischer Landtag  
Umdruck 19/2917

21. August 2019

Sehr geehrter Herr Vorsitzender,

in der Anlage zu diesem Schreiben übersende ich zu Ihrer Information den Bericht zum aktuellen Umsetzungsstand des Konzeptes „Attraktivitätssteigerung der technischen Berufe in der Landesverwaltung“.

Mit freundlichen Grüßen  
gez. Dirk Schrödter

# Bericht zum Stand der Umsetzung des Konzeptes zur At- traktivitätssteigerung der technischen Berufe in der Lan- desverwaltung

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

Version: 1.0  
Stand: 19.08.2019  
Verantwortlich: Staatskanzlei | Abteilung 4 | Referat 42

## Inhalt

<b>1</b>	<b>Das Konzept</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Stand der Umsetzung</b>	<b>4</b>
2.1	Handlungsfeld 1: Außendarstellung stärken und Handlungsfeld 4: Fachkräfte aktiv anwerben	4
2.1.1	Workshops	4
2.1.2	Werbemaßnahmen	4
2.1.3	Karriereportal	5
2.1.4	Auftritt „Technische Berufe“ im Landesportal	5
2.1.5	Stellenausschreibung über XING	5
2.1.6	Aktivitäten der Ressorts	5
2.1.7	Messeauftritt zum Tag der deutschen Einheit	6
2.2	Handlungsfeld 2: Abgestimmte Anwendung der laufbahnrechtlichen Maßnahmen	6
2.3	Handlungsfeld 3: Abgestimmtes Vorgehen für Maßnahmen im Tarifbereich	6
2.4	Handlungsfeld 5: Perspektivwechsel Arbeitgebermarkt	7
<b>3</b>	<b>Weiteres Vorgehen</b>	<b>8</b>
<b>4</b>	<b>Fazit</b>	<b>9</b>
<b>5</b>	<b>Anlage: Ansätze zur Steigerung der Attraktivität bzw. Bekanntheit der technischen Berufe in der Landesverwaltung</b>	<b>10</b>

## 1 Das Konzept

Das Kabinett hat in seiner Sitzung am 13. November 2018 das Konzept zur Attraktivitätssteigerung der technischen Berufe in der Landesverwaltung zur Kenntnis genommen (Kabinettsvorlage Nr. 214/18). Im Konzept ist die in vielen technischen Bereichen besondere Situation der Landesverwaltung hinsichtlich der Gewinnung von Fach- und Nachwuchskräften dargestellt. Probleme und Herausforderungen werden beleuchtet (z.B. demografischer Wandel, Arbeitsmarktsituation, fehlende Bekanntheit, Vergütung) und in fünf verschiedenen Handlungsfeldern Lösungsansätze dargestellt. Bei diesen Handlungsfeldern handelt es sich um:

- Handlungsfeld 1: Außendarstellung stärken
- Handlungsfeld 2: Abgestimmte Anwendung der laufbahnrechtlichen Maßnahmen
- Handlungsfeld 3: Abgestimmtes Vorgehen für Maßnahmen im Tarifbereich
- Handlungsfeld 4: Fachkräfte aktiv anwerben
- Handlungsfeld 5: Perspektivwechsel Arbeitgebermarkt

In der Staatskanzlei sind die Referate 42 „*Zentrales Personalmanagement*“ und 45 „*Ressortübergreifendes Personalmarketing, Leitstelle Betriebliches Gesundheitsmanagement und Suchtprävention*“ damit befasst, gemeinsam mit den betroffenen Ressorts die im Konzept formulierten Lösungsansätze praxisbezogen umzusetzen. Die Umsetzungsstände werden im Folgenden dargestellt.

## **2 Stand der Umsetzung**

Die Staatskanzlei übernimmt die Aufgabe der Koordinierung und der inhaltlichen Begleitung des Konzeptes. Ein großer Teil der Verantwortung für die eigentliche Umsetzung liegt bei den betroffenen Ressorts; diese prüfen aus Ressortsicht, welche Bedarfe bestehen und welche konkreten Maßnahmen zu ergreifen sind.

### **2.1 Handlungsfeld 1: Außendarstellung stärken und Handlungsfeld 4: Fachkräfte aktiv anwerben**

Die Handlungsfelder 1 und 4 werden gemeinsam betrachtet, da sie große Überschneidungen aufweisen und daher in der praktischen Arbeit häufig zusammen betrachtet werden.

#### **2.1.1 Workshops**

Zu den Handlungsfeldern 1 und 4 hat die Staatskanzlei insgesamt drei ganztägige Workshops unter Beteiligung der betroffenen Ressorts (MILI, MELUND, FM und MWVATT) und mit Unterstützung eines extern beauftragten Moderators durchgeführt. Die Workshops fanden am 25.02.2019, 19.03.2019 und 24.04.2019 statt.

Ziele dieser Workshops waren u.a.:

- Erfahrungsaustausch,
- Erarbeiten der Bedarfe,
- Definieren von zu erreichenden Zielgruppen innerhalb der Berufsbilder.
- Beantwortung der Frage: Was kann insbesondere die Landesverwaltung als Arbeitgeber bieten?
- Skizzieren möglicher Marketingmaßnahmen,
- Entwickeln von dezentralen Ansätzen zur Steigerung der Attraktivität bzw. Bekanntheit auf verschiedenen Ebenen, die ggfs. von den jeweiligen Dienststellen/Ressorts in eigener Zuständigkeit verfolgt werden können. (s. Anlage).

#### **2.1.2 Werbemaßnahmen**

Auf Basis der Workshops wurden verschiedene Werbemaßnahmen formuliert, für deren gestalterische Umsetzung ein Rahmenvertrag mit einer Designagentur abgeschlossen wurde. Dabei werden (Stand 29.07.2019) mehrere Ansätze verfolgt.

Beispielhaft können hierfür genannt werden:

- digitale Anzeigenschaltungen,
- Gestaltung Flyer „technische Berufe“,
- Druck von Swing Cards und Buspostern,
- Einsatz digitaler Werbetafeln im Stadtgebiet Kiel,
- Hochwertige zielgruppengerechte Give-Aways (z.B. für Messen).

In diesem Zusammenhang wurden bzw. werden von einem professionellen Fototeam Ende Juli und in der ersten Augushälfte aktuelle Fotos von Beschäftigten aufgenommen, die im Rahmen der Werbemaßnahmen verwendet werden.

In Zusammenarbeit mit der Filmagentur „Plan B“ aus Kiel werden in diesem Jahr noch zwei weitere Recruiting-Filme gedreht (jeweils 1 Minute; Ausbildungsportal / Kino / Youtube).

Mit Blick auf die vorgenannten Bemühungen, technische Berufe stärker zu bewerben, sollen in *Film 1* Arbeitsplätze des LBV-SH und des LVerMGeo SH in Szene gesetzt werden.

Mit *Film 2* soll darüber hinaus die Vielfalt und Vorzüge des Arbeitgebers Land SH aufgezeigt werden (mobiles Arbeiten, Teamarbeit, Personalentwicklung und moderne Arbeitsplätze).

Zu beiden Filmen haben erste Besprechungen stattgefunden. Derzeit werden die Drehbücher erarbeitet. Es ist angestrebt, die Filme möglichst im Herbst d.J. fertigzustellen.

### **2.1.3 Karriereportal**

Das Karriereportal der Landesverwaltung wird von der Staatskanzlei aktualisiert. Eine grundsätzliche Überarbeitung des Internetauftritts ist in Planung. Ziel ist es, künftig alle Informationen rund um das Thema Karriere von einer ansprechenden, zentralen Internetseite aus zur Verfügung zu stellen.

### **2.1.4 Auftritt „Technische Berufe“ im Landesportal**

Um Interessierten im Rahmen der Werbekampagne auch vor der Fertigstellung des neuen Karriereportals eine gute Anlaufstelle zu bieten, wird unter der Kurz-URL [www.schleswig-holstein.de/technik](http://www.schleswig-holstein.de/technik) eine Seite auf dem Landesportal eingerichtet, auf der ein Überblick über technische Berufsfelder beim Land geboten wird.

### **2.1.5 Stellenausschreibung über XING**

Das Berufsnetzwerk XING wird von den Dienststellen vermehrt im Rahmen von Stellenausschreibungen für eine breitere Ansprache von potenziellen Bewerberinnen und Bewerbern genutzt. Die Dienststellen haben die Möglichkeit, über die Staatskanzlei alle Stellenausschreibungen im Bereich technischer Berufe insbesondere bei einer geforderten einschlägigen Berufserfahrung über XING zu veröffentlichen.

### **2.1.6 Aktivitäten der Ressorts**

Neben den Bereichen der Kampagne, die von der Staatskanzlei koordiniert werden, sind die betroffenen Ressorts auf verschiedenen Feldern eigenständig aktiv. So wer-

den in allen Ressorts in den entsprechenden Bereichen Schülerpraktika angeboten, vielfach stellen die Kolleginnen und Kollegen selbst ihre Themen im Schulunterricht vor und sind im Bereich Social Media aktiv, um Schülerinnen und Schüler direkt anzusprechen. Alle Ressorts betreiben regelmäßig Messestände auf Berufsmessen im ganzen Land. In vielen Bereichen finden Kooperationen mit Hochschulen statt, beispielsweise für das Schreiben von Praxisarbeiten oder das Angebot von dualen Studiengängen. Printmedien sind zwar immer noch ein wichtiges Werbemedium, werden inzwischen jedoch oft ergänzt durch (z.B.) Radio- und Onlinewerbung.

### **2.1.7 Messeauftritt zum Tag der deutschen Einheit**

Zum Tag der deutschen Einheit wird der Bereich „technische Berufe“ mit mehreren Ständen vertreten sein. Alle Ressorts sind dazu eingeladen, sich hier werbewirksam aktiv einzubringen.

## **2.2 Handlungsfeld 2: Abgestimmte Anwendung der laubahnrechtlichen Maßnahmen**

Die Begründung von Beamtenverhältnissen gewinnt zunehmend zentrale Bedeutung für die Attraktivität des öffentlichen Dienstes. Das öffentlich-rechtliche (lebenslange) Dienst- und Treueverhältnis begründet über begleitende Umstände (durch die Auswirkungen von Alimention, Schutz und Fürsorge) hinaus eine besondere Bindung zwischen der Beamtin oder dem Beamten und dem jeweiligen Dienstherrn und trägt damit intensiver als ein Beschäftigungsverhältnis (insbesondere gegenüber der freien Wirtschaft). Der Entwurf einer Kabinettsvorlage befindet sich derzeit auf Arbeitsebene in der Abstimmung. Die Vorlage erweitert und verdeutlicht die bisherigen Möglichkeiten der Verbeamtung bei Neueinstellungen mit dem Ziel, Verbeamtungen im gesamten Bereich der unmittelbaren Landesverwaltung grundsätzlich zu ermöglichen und auf diese Weise einen Beitrag zur Attraktivitätssteigerung zu leisten.

## **2.3 Handlungsfeld 3: Abgestimmtes Vorgehen für Maßnahmen im Tarifbereich**

Eine Herausforderung bei der Gewinnung von technischen Fach- und Nachwuchskräften ist die in der Landesverwaltung gebotene Vergütung, die im Vergleich zur privaten Wirtschaft und auch im Vergleich zu einigen anderen öffentlichen Arbeitgebern geringer ausfallen kann. Aus diesem Grund wurden im Rahmen der Umsetzung des Konzeptes vom Finanzministerium Haushaltsmittel in Höhe von insgesamt 2,5 Mio. € zur Verfügung gestellt. Von diesen Mitteln sind 500 T€ für Begleitmaßnahmen der Staatskanzlei reserviert. Von den verbleibenden 2 Mio. € liegen 1,575 Mio. € für Stellenhebungen, Zulagengewährungen (§ 16 TV-L und Amtszulagen) sowie Begleitmaßnahmen bereit, die von den Ressorts direkt in Anspruch genommen werden können, um entsprechende Stellen finanziell aufzuwerten. Die übrigen 425 T€ sind im Rahmen eines Vorwegabzugs für die GMSH zur Erhöhung des Organleiheanteils

eingepplant. Von den 2 Mio. € wurden mit Stand 30. Juni 2019 bereits Mittel im Umfang von 698,2 T€, also rd. 35 Prozent, in Anspruch genommen.

#### **2.4 Handlungsfeld 5: Perspektivwechsel Arbeitgebermarkt**

Im Zentrum dieses Handlungsfeldes steht die folgende Frage: „Was können und müssen wir tun, um bereits im Einstellungsprozess einen bestmöglichen Eindruck zu hinterlassen?“ Für die Beantwortung dieser Frage sind Auswahlprozesse zu analysieren, in der Theorie zu optimieren und angemessen, langfristig und nachhaltig in die Praxis zu übertragen. Das Handlungsfeld 5 wird im Nachgang zu den beschriebenen Maßnahmen aufgearbeitet.

### **3 Weiteres Vorgehen**

Neben den bereits dargestellten Aktivitäten befinden sich eine Reihe weiterer Projekte in der Planung, die schwerpunktmäßig in 2020 aufgegriffen werden. Hierzu gehören die folgenden Projekte:

- Prüfung des Einsatzes von mobilen Stelen als Werbemittel vor werbewirksamen Landesliegenschaften,
- Bedrucken von Textilien zum Einsatz von Beschäftigten als Markenbotschaftern,
- Nutzung von Stand-Up-Paddling-Boards als Werbeflächen,
- Beschaffung eines Strandkorbes mit solarbetriebener Workstation als Werbeträger.

## **4 Fazit**

Seit Beginn des Jahres sind bei der Umsetzung des Konzeptes zur Attraktivitätssteigerung der technischen Berufe in der Landesverwaltung erkennbar wichtige Meilensteine erreicht. In vier der fünf Handlungsfelder wurden in Zusammenarbeit mit den betroffenen Ressorts verschiedene Lösungen entwickelt, die entweder bereits auf den Weg gebracht sind oder sich in der Schlusskonzeption befinden. In der Workshop-Arbeit konnten praxisorientierte Impulse für das ressortinterne Marketing gemeinsam entwickelt werden. Die Arbeiten am Handlungsfeld 5 werden in Kürze aufgenommen.

## 5 **Anlage: Ansätze zur Steigerung der Attraktivität bzw. Bekanntheit der technischen Berufe in der Landesverwaltung**

- a. **Abholen im Berufsleben** (Tagungen, Kongresse, Xing, Headhunting, ...)
- Talentsuche über XING
  - Gezieltere Ansprache von erfahrenen Fachkräften aller Altersgruppen
  - Hospitation als Marketing
  - Stammtische etablieren und Netzwerke bilden
- b. **Aktionen an den Hochschulen** (Vorlesungen, Speed-Dating, Ansprache Raum HH, ...)
- Ringvorlesung zur beruflichen Orientierung
  - ehemalige Studierende präsentieren eigenen beruflichen Werdegang
  - Jobmessen/Karrieremessen auf dem Campus
  - Vorlesung durch den Ministerpräsidenten an der CAU (für den Bereich Rechtswissenschaften); zudem Vorlesungen weiterer Kabinettsmitglieder in unterschiedlichen Fakultäten von Hochschulen, z.B. Vorlesung an der HCU Hamburg (für den Bereich Vermessung und Geoinformation)
  - Kontakt zur Career-Center CAU
  - Kontakt zu AStA CAU → gemeinsame Veranstaltungen
  - Teilnahme an Fachtagungen oder Kolloquien
  - Vergabe von Themen für Abschlussarbeiten
  - Bezahlte Praktika für die Semesterferien verlosen
  - Speed-Dating für Bauingenieure (FH KI, TH HL) und für Vermessungsingenieure (HCU HH: „Jobbörse des DVW“)
- c. **Arbeitgeber- und Bewertungsportale** (XING, LinkedIn, Kununu, ...)
- Landespersonal stärker aktivieren XING zu nutzen
  - Auftritt unter LinkedIn → abklären
  - Ständige Pflege der Auftritte auf den Portalen notwendig
  - Zusammenführen der momentan noch unterschiedlichen AG-Bezeichnungen
  - Guideline zur Nutzung der Portale entwickeln und bewerben
- d. **Beschäftigte des Landes als Werbebotschafter**
- Sportveranstaltungen anbieten, bei denen das Land als Ausrichter fungiert (ggf. nicht nur in Kiel)
    - o Beispiele: Firmenlauf, Drachenbootrennen, Ingenieurs-Marathon etc.
  - Textilien in Form von Kleidung (Poloshirts, Hoodies etc.) an Mitarbeiter des Landes verteilen
  - Merchandising anbieten
  - Loyalität in den sozialen Netzwerken zeigen
  - Fahrzeugwerbung
  - Werbepremien ausloben, wenn Mitarbeiter des Landes neue Mitarbeiter anwerben

**e. In der Schule** (Stellenausschreibungen, Praktika, Vorstellung im Unterricht, Videos, ...)

- Ausbildungsbotschafter besuchen die Schulen
- Kooperationsvertrag abschließen und leben
- Kontakt halten zu den Koordinatoren in den Schulen
- BOM in den Schulen besuchen
- Annoncen des Landes z.B. in den Schülerzeitungen etc. abdrucken
- Eigene Unterrichtsstunde gestalten, in der das Land und seine Strukturen vorgestellt werden
- Mehr Schülerpraktika anbieten und dafür werben
- Vorbereitung auf Einstellungstests beim Land anbieten (insbesondere Mathe)
- Wettbewerbe (z.B. wie Mathe-Olympiade, Jugend forscht) vom Land sponsern lassen
- Sportveranstaltungen (Turniere, Wettkämpfe) veranstalten → dabei Give-Aways verteilen
- Girls Day ausbauen

**f. Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft** (Führerschein, Zuschläge, ...)

- § 16 V TV-L: erfolgreich zur Personalgewinnung genutzt
- Praktika: kleine Präsente am Ende des Praktikums vergeben
- § 69 BesG: 50 % bzw. 70 % Anwärtersonderzuschlag wurde beim Finanzministerium beantragt und wird hoffentlich zum Erfolg bei der Anwärtergewinnung
- § 9 BesG: Zuschlag zum Grundgehalt unter Verlängerung der Lebensarbeitszeit erfolgreich genutzt
- Dienstwagen oder Dienstfahrrad anbieten
- Dienstsport anbieten
- Vergünstigungen z.B. bei Abschluss eines „Sport-Vertrags“ oder Kauf eines E-Bikes

**g. Messen und Co.** (Messeauftritte für Schüler/innen und Studenten/innen verbessern, ...)

- Messestände ansprechender gestalten:
  - o offener und einladender
  - o mehr Eyecatcher an den Messeständen (AR/Monitore/...) → um Zielgruppe der Jugendlichen besser anzusprechen
  - o Mehr Interaktion (Animation/Akrobatik)
- Mobile Stele einsetzen (kann hinterher ggf. anderweitig verwendet werden)
- fröhlichere Stimmung der Ansprechpersonen am Stand wünschenswert
- Ansprechpersonen sollten besser informieren können über:
  - o Möglichkeiten von Praktika (Ansprechperson, Kontaktdaten)
  - o Bachelorarbeiten
  - o Bezahlung
  - o Karrierepfad
- Ausbildungsbotschafter kompetent ausbilden

- Durchführung alternativer Werbemaßnahmen, wie z.B. Guerilla-Marketing-Aktionen
- h. Studenten/innen einbinden** (Praxisarbeiten, duales Studium, Trainee, Studium und Vorbereitungsdienst, ...)
  - Probleme: zu geringe finanzielle Förderung der Studenten
  - Lösung: Studenten Geld zahlen für Praxis-/Bachelorarbeiten
  - Projektarbeiten an Studierende vergeben
  - Mehr bzw. überhaupt Praktikumsplätze vorhalten → Leitfaden zum einheitlichen Vorgehen entwickeln
  - Praxistrainer „honorieren“
  - Werkstudenten einstellen