

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

über das:

Finanzministerium  
des Landes Schleswig-Holstein  
Düsternbrooker Weg 64  
24105 KIEL

gesehen  
und weitergeleitet  
Kiel, den 19.01.2021



Schleswig-Holsteinischer Landtag  
Umdruck 19/5182

13. Januar 2021

Sehr geehrter Herr Vorsitzender,

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

In der Ausschusssitzung am 27. Februar 2020 hatte ich Ihnen über den Stand der Nachwuchskräfte-Werbekampagne des Landes berichtet und die Planungen für 2020 vorgestellt. Außerdem hatte ich Ihnen zugesagt, Sie weiterhin über die Fortschritte dieser Kampagne zu unterrichten.

Dazu erhalten Sie die als Anlage beigefügte Unterlage, die zum einen die in diesem Jahr geplanten Werbemaßnahmen beschreibt (Mediaplan 2021). Zum anderen enthält sie einen Rückblick auf das vergangene Jahr (Bilanz 2020).

Falls von Ihrer Seite der Wunsch besteht, dass ich im Finanzausschuss über den Fortgang der Werbekampagne in einer der kommenden Sitzungen erneut berichte, komme ich diesem Anliegen sehr gern nach.

Weiterhin teilte ich Ihnen im Nachgang zu der Sitzung die erbetenen Termine zu den Ausbildungsmessen, die die Staatskanzlei in diesem Jahr 2021 wieder selbst veranstalten wird, mit. Leider mussten diese unter den derzeitigen Bedingungen zur COVID-19-Pandemie verlegt werden. Die Termine sind jetzt wie folgt vorgesehen:

Ausbildungsmessen für junge Menschen mit Migrationshintergrund

(jeweils von 15.00 Uhr bis 18.00 Uhr)

- 1. Berufsinformationszentrum der Agentur für Arbeit Kiel**  
verlegt vom 20. Januar 2021 auf den 2. September 2021
  
- 2. Berufsinformationszentrum der Agentur für Arbeit Elmshorn**  
verlegt vom 27. Januar 2021 auf den 18. August 2021
  
- 3. Berufsinformationszentrum der Agentur für Arbeit Lübeck**  
Verlegt vom 3. Februar 2021 auf den 26. August 2021.

Diese Messen richten sich vornehmlich an junge Menschen mit Migrationshintergrund, wobei alle weiteren Interessierten ebenfalls willkommen sind.

Die Staatskanzlei organisiert diese Veranstaltungen in Kooperation mit den genannten Arbeitsagenturen und der Türkischen Gemeinde in Schleswig-Holstein e.V. (TGSH). Die verschiedenen Ausbildungsbereiche des Landes werden sich bei diesen drei Messen präsentieren.

Ausbildungsmesse für den öffentlichen Dienst in Schleswig-Holstein

Diese Messe war ursprünglich für den 19. und 20. Februar 2021 im CITTI-PARK Kiel geplant und ist auf den 17. und 18. September 2021 verlegt worden. Veranstalter ist die Staatskanzlei. Präsentieren werden sich jeweils von 9.00 Uhr bis 20.00 Uhr Ausbildungsbereiche des Landes, des Bundes und der Kommunen.

Ich würde mich freuen, wenn Sie und die Mitglieder des Finanzausschusses die Messen besuchen würden.

Mit freundlichen Grüßen

gez.  
Dirk Schrödter

Anlage

Unterlage „Nachwuchskräftegewinnung des Landes Schleswig-Holstein – geplante Werbemaßnahmen im Jahr 2021 und Bilanz für das Jahr 2020“

# **Nachwuchskräftegewinnung des Landes Schleswig-Holstein – geplante Werbemaßnahmen im Jahr 2021 und Bilanz für das Jahr 2020**

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

Stand: XX. Januar 2021  
Verantwortlich: Staatskanzlei | Abteilung 4 | Referat 45

**Inhalt****Nachwuchskräfte-Werbekampagne: Jahresplanung 2021**

<b>A</b>	<b>Außenwerbung</b>	
	Werbung auf Dienst-KFZ	5
	ÖPNV-Werbung	5
	Kinowerbung	5
	Recruiting-Filme	5
	Alternative Werbeformen	6
	Digitale Werbetafeln	6
	Mobile Werbetafeln	6
	Megaposter / Gebäudebanner	6
	Plakataktion und Plakatierung von Stromkästen	7
<b>B</b>	<b>Digitale Werbung</b>	
	Instagram	7
	Karriereportal	8
	Digitale (Internet-)Werbung	8
	Elektronischer Schriftverkehr	8
	Digitale Berufsorientierung - DIGI.BO	9
	Radiowerbung	9
<b>C</b>	<b>Messeequipment / Publikationen / Print</b>	
	Messestände und Messeequipment	9
	Give-aways / Messebekleidung	10
	Messeplakate / Messerflyer	10
	Publikationen	10
	Anzeigenschaltung und Sticky Notes	10
	Werbepostkarten	11
	Briefstempel	11
	Fotoshooting	11
<b>D</b>	<b>Veranstaltungen</b>	
	Landeseigene Ausbildungsmessen	12
	Austausch mit der Bundesagentur für Arbeit	12

	Workshop mit dem Landesbeauftragten für Menschen mit Behinderung	13
	Ehrung der Jahrgangsbesten 2021	13
	Summer Camp 2021	13
	Ländertreffen	13
<b>E</b>	<b>Sonstiges</b>	
	Kooperation mit der Universität Kiel - Wirkungsmessung	13
	Sitzungen der AG "Nachwuchskräftegewinnung"	14
	Zusammenarbeit mit Schulen	14
	Verschiedenes	14
<b>Nachwuchskräfte-Werbekampagne: Bilanz 2020</b>		
<b>F</b>	<b>Außenwerbung</b>	
	Werbung auf Dienst-KFZ	15
	ÖPNV-Werbung	15
	Kinowerbung	15
	Recruiting-Filme	15
	Kieler Woche 2020	16
	Digitale Werbetafeln	16
	Gebäudebanner	17
	Plakataktion und Plakatierung von Stromkästen	17
<b>G</b>	<b>Digitale Werbung</b>	
	Instagram	17
	Karriereportal - Berufsorientierungstest	18
	Digitale (Internet-)Werbung	18
	Radiowerbung	19
<b>H</b>	<b>Messeequipment / Publikationen</b>	
	Messestände	20
	Give-aways	20
	Hoodies für Nachwuchskräfte	21
	Publikationen	21
	Anzeigenschaltung und Sticky Notes	22
	Werbepostkarten	22

	Briefstempel	23
	Fotoshooting	23
<b>I</b>	<b>Veranstaltungen</b>	
	Landeseigene Ausbildungsmessen	23
	Austausch mit der Bundesagentur für Arbeit	24
	Ehrung der Jahrgangsbesten 2020	24
	Summer Camp 2020	24
<b>J</b>	<b>Sonstiges</b>	
	Kooperation mit der Universität Kiel - Wirkungsmessung	25
	Arbeitsgruppe "Nachwuchskräftegewinnung"	25
	Verschiedenes	25

## **Nachwuchskräfte-Werbekampagne: Jahresplanung 2021**

Im Zusammenwirken mit der beauftragten Designagentur wurde auf der Basis des Budgetansatzes bei Titel 0305-53507 – *Ausgaben für die zentrale NWK-Gewinnung* ein Mediaplan für die Fortsetzung der Werbekampagne im Jahr 2021 aufgestellt. In der Sitzung der ressortübergreifenden Arbeitsgruppe „Nachwuchskräftegewinnung“ am 17. Dezember 2020, die als Videokonferenz stattfand, wurde dieser Mediaplan vorgestellt.

Folgende Maßnahmen sind geplant:

### **A. Außenwerbung**

#### **Werbung auf Dienst-KFZ**

Seit Beginn der NWK-Werbekampagne sind insgesamt 214 Dienstfahrzeuge foliert worden. 2021 ist die Beschriftung von mindestens 13 weiteren Fahrzeugen vorgesehen. Die letztjährige Abfrage wird Anfang 2021 aktualisiert werden.

#### **ÖPNV-Werbung**

Wie bereits im laufenden Jahr werden 2021 erneut Swingcards in ÖPNV-Bussen der vier kreisfreien Städte Flensburg, Kiel, Lübeck und Neumünster sowie in der Region Hamburg-Rand zur Mitnahme ausgelegt werden.

#### **Kinowerbung**

Die beiden im Jahr 2020 gedrehten Recruiting-Filme zur Nachwuchskräftewerbung werden ab Mai 2021 in voraussichtlich 18 Lichtspielhäusern von 15 Städten mit über 20.000 Einwohnern im Werbeblock gezeigt werden. Die Ausschreibung des Auftrags an eine Vermarktungsagentur wird Ende Januar 2021 erfolgen.

#### **Recruiting-Filme**

Es besteht eine Absprache, zusammen mit dem Filmteam der Staatskanzlei im kommenden Jahr zwei weitere Recruiting-Filme zu drehen. Erste Ideen bestehen bereits. Diese sollen Anfang des nächsten Jahres weiter konkretisiert werden.



**Alternative Werbeformen**

Überlegt wird, einen EM-Planer 2021 mit Werbeaufdruck erstellen zu lassen, der eine Übersicht über die Spieltermine gibt. Die Produktion würde jedoch nur erfolgen, wenn absehbar sein sollte, dass vor der EM 2021 wieder hinreichend viele Ausbildungsmessen stattfinden werden. Der EM-Planer würde dann an den Messeständen ausgelegt werden.

Wenn sich diese Maßnahme nicht realisieren lässt, ist die Bedruckung von Warentrennstäben an Einkaufskassen vorgesehen.

**Digitale Werbetafeln**

Da nicht auszuschließen ist, dass eine Reihe von Ausbildungsmessen im ersten Halbjahr 2021 Corona-bedingt ausfallen werden, ist beabsichtigt, zur Kompensation weiterhin verstärkt im öffentlichen Raum zu werben. Es ist vorgesehen, dazu erneut großflächige, überwiegend digital bespielte Werbetafeln in verschiedenen Städten für die Nachwuchs- und Fachkräftewerbung zu nutzen.

**Mobile Werbetafel**

Sofern 2021 eine Kieler Woche ohne Corona-Beschränkungen stattfinden kann, so dass von einem großen Besucheraufkommen auszugehen wäre, ist geplant, während dieses Zeitraumes eine mobile Werbetafel anzumieten. Diese würde, sofern es keine (bau-)ordnungsrechtlichen Hindernisse gibt, auf dem landeseigenen Grundstück vor der Staatskanzlei so aufgestellt werden, dass viele Passanten die Werbung um Nachwuchskräfte sehen könnten.

**Megaposter / Gebäudebanner**

2020 wurden an die Umzäunung der Liegenschaft des Landeslabors Schleswig-Holstein in Neumünster zwei Banner mit Nachwuchskräftewerbung so angebracht, dass sie für Besucherinnen und Besucher des Messegeländes der Holstenhallen gut sichtbar sind.

Die Anbringung weiterer Banner, z.B. an Baugerüsten auf verschiedenen Landesliegenschaften, ist für das Jahr 2021 geplant. Es laufen bereits Gespräche mit der GMSH zu der Frage, welche Liegenschaften sich dafür anbieten, und mit dem LBV-SH, der eine Bannerwerbung auf den Grundstücken der Straßenmeistereien plant.

Außerdem wird im ersten Halbjahr 2021 geklärt werden, ob die Bannerwerbung des Landes am Stadion von Holstein Kiel auch in der Saison 2021/22 erfolgen kann.

### **Plakataktion und Plakatierung von Stromkästen**

Vorgesehen ist, 2021 erneut Plakate in der Größe A1 mit verschiedenen Werbeslogans für den Arbeitgeber Land Schleswig-Holstein im Kieler Stadtgebiet an gut sichtbaren Stellen wie z.B. Hauswänden, Mauern, Zäunen etc. anzubringen.

Außerdem werden seit Juni 2020 bis Ende Mai 2021 Plakate in 12 City Boxes (Telekom-Schaltschrankanlagen / „Stromkästen“) ausgehängt. Diese City Boxes befinden sich in den Städten Flensburg, Lübeck, Neumünster und Norderstedt.

## **B. Digitale Werbung**

### **Instagram**

Das Instagram-Profil *@moin\_karriere* wird weiterhin dafür genutzt werden, einen Einblick in die Vielfalt der Landesaufgaben zu geben und einen Eindruck über den Ablauf der Ausbildungs- und Studiengänge zu vermitteln.

Die dazu erstellte Instagram-Content-Strategie dient als Grundlage für eine zielgerichtete und nachhaltig erfolgreiche Kommunikation auf dem Profil *@moin\_karriere*. Es handelt sich um ein „lebendes Dokument“, das regelmäßig angepasst werden kann.

Den überwiegenden Content liefern Nachwuchskräfte, die regelmäßig über ihre verschiedenen Ausbildungs- und Studiengänge berichten. Darüber hinaus werden interessante Fakten und aktuelle Themen rund um die Landesverwaltung zielgruppengerecht präsentiert.

Dieser Content wird seit kurzem dahingehend ergänzt, dass nun auch Einblicke in unerschiedliche Fach- und Arbeitsbereiche, wie z.B. das Protokoll, gewährt werden.

Mit dieser Erweiterung soll noch stärker die Vielfalt der Einsatzmöglichkeiten in der Landesverwaltung, insbesondere in der Allgemeinen Verwaltung, herausgestellt und auf die attraktive Möglichkeit aufmerksam gemacht werden, im Laufe des Berufslebens in sehr unterschiedlichen Aufgabenfeldern tätig zu werden.

Die Instagram-Content-Strategie wird aufgrund dieser Erweiterung im I. Quartal 2021 angepasst werden.

### **Karriereportal / Online-Test**

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

Beabsichtigt ist, die laufenden Arbeiten zügig fortzusetzen und in der zweiten Jahreshälfte 2021 (voraussichtlich Herbst) das neue Karriereportal freizuschalten.

### **Digitale (Internet-)Werbung**

Für die Jahre 2020 und 2021 wurde mit einer Marketingagentur ein Rahmenvertrag für Bannerwerbung im Internet geschlossen. Diese veranlasst, dass in den Zeiträumen Januar bis März und Juli bis August monatsweise bis zu drei unterschiedliche HTML-Banner auf Websites eingeblendet werden. Hierbei wurden für die gesamte Laufzeit 10.000.000 Impressionen (Anzahl der Einblendungen) und 16.000 Klicks (Aufrufe) von der Marketingagentur prognostiziert.

Außerdem werden die Recruiting-Filme auf Youtube als Videoanzeigen geschaltet. Laut Prognose der Agentur werden insgesamt 1.200.000 Impressionen und 480.000 Klicks erzielt werden.

### **Elektronischer Schriftverkehr**

Die Idee ist, dass im Laufe des Jahres 2021 alle Beschäftigten der Landesverwaltung im elektronischen Schriftverkehr unter ihre E-Mail-Signatur den Werbeslogan „*Du hältst das Land am Laufen*“ und die Adresse des Ausbildungsportals [www.schleswig-holstein.de/karriere](http://www.schleswig-holstein.de/karriere) setzen. Zu prüfen ist, welche Zustimmungen dazu innerhalb des Landes einzuholen sind.

## **Digitale Berufsorientierung – DIGI.BO**

In einem gemeinsamen Projekt entwickeln und implementieren die Friedrich-Junge Gemeinschaftsschule Kiel, eine Agentur und die Landeskoordinatorin *SchuleWirtschaft* unter wissenschaftlicher Begleitung für den digitalen BO-Unterricht Plattformen auf lokaler Ebene, die von Lehrkräften, Schülerinnen und Schülern sowie Eltern genutzt werden können.

Es werden dort digitale Informationen zur BO bereitgestellt, die konstant abrufbar sind und ständig aktualisiert werden (z.B. Tätigkeitsfelder, Ausbildungsvergütungen, berufliche Perspektiven). Auf der Grundlage berufspädagogischer Erkenntnisse, eines qualifizierten Ausbildungsmarketings und journalistischer Expertise findet auf diese Weise eine zeitgemäße und zukunftsfähige Berufsorientierung statt.

Derzeit klärt die Staatskanzlei, ob sich das Land SH als Arbeitgeber unter Beachtung des Vergaberechts an dieser digitalen Berufsorientierung (DIGI.BO) beteiligen kann und falls ja, zu welchen Konditionen.

## **Radiowerbung**

Sollten im Laufe des Jahres noch Haushaltsmittel zur Verfügung stehen, würden wie im Jahr 2020 Radiospots des Arbeitgebers Land SH bei privaten Sendern in Schleswig-Holstein geschaltet werden.

## **C. Messeequipment / Publikationen / Print**

### **Messestände und Messeequipment**

In unregelmäßigen Abständen besteht auf Seiten der Ausbildungsbereiche 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.

Ungeachtet dessen sollen 2021 die beiden Messestände der Steuerverwaltung und des Landesbetriebes für Straßenbau und Verkehr jeweils mit einem eigenen Eyecatcher ergänzt werden, die die Messebesucherinnen und Messebesucher zum Verweilen am Stand animieren.

### **Give-aways / Messebekleidung**

Aufgrund eines bestehenden Rahmenvertrages mit einem Produzenten werden für alle Messestände des Landes bedarfsbezogen Give-aways nachbeschafft werden.

Nachdem 2020 für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Staatskanzlei sowie für die Nachwuchskräfte der Allgemeinen Verwaltung Mund-Nasen-Schutzmasken bestellt wurden, wird nun überlegt, ob 2021 Halstuch-Masken als besonderes Give-away angeschafft werden können.

Wie in den vergangenen Jahren wird zudem bedarfsbezogen Oberbekleidung für die Mitglieder der Messeteams nachbeschafft werden. Des Weiteren werden im Rahmen des Onboarding die 2021 neu eingestellten Nachwuchskräfte mit ihrem Ausbildungs- bzw. Studienbeginn Kapuzenpullover erhalten, auf denen für den Arbeitgeber Land SH geworben wird.

### **Messeplakate / Messerflyer**

Zur Bewerbung der selbst organisierten Ausbildungsmessen würde die Staatskanzlei in hinreichender Stückzahl jeweils spezifische Messeplakate und Messerflyer erstellen lassen, sofern diese Veranstaltungen 2021 stattfinden können. Grundmuster wurden 2019 entwickelt.

### **Publikationen**

Die bei Messen sehr nachgefragte und mehrmals neu aufgelegte Broschüre *„Ich freue mich auf die Zukunft“* wurde 2020 grundlegend überarbeitet. In Anlehnung an das Format eines modernen Magazins soll sie vor allem die primäre Zielgruppe, Schülerinnen und Schüler im Alter von ca. 15 -20 Jahren, besonders ansprechen.

Anfang 2021 wird der gesamte Text in die Sprachen Arabisch, Türkisch und Englisch übersetzt werden. Anschließend ist das jeweilige Layout für die drei fremdsprachigen Broschüren durch eine Agentur zu gestalten. Der Drucklegung ist in der ersten Jahreshälfte 2021 vorgesehen.

### **Anzeigenschaltung und Sticky Notes**

Es werden 2021 wieder Anzeigen für die Nachwuchskräftewerbung in einer Reihe von Printmedien (Zeitungen, Fachmagazine, Broschüren) publiziert werden. Dazu zählen insbesondere die Sonderbeilagen zum

Thema Ausbildung und Studium in den Kieler Nachrichten, der Landeszeitung und den Lübecker Nachrichten.

Auch ist beabsichtigt, erneut Online-Anzeigen in den digitalen Ausgaben der vorgenannten Zeitungen zu schalten. Die Anzeigen fügen sich in den redaktionellen Inhalt der Zeitungen ein und geben den Leserinnen und Lesern die Möglichkeit, nach dem Lesen des Titels und des Teaser-Textes das Ausbildungs- bzw. Karriereportal des Landes mittels eines Links direkt aufzurufen. Maßgebend für die weitere Planung sind die Erfahrungen mit der ersten, Ende 2020 erfolgten Beauftragung.

Sofern Ende 2021 noch finanzielle Spielräume bestehen sollten, soll darüber hinaus mindestens eine dieser überregionalen Zeitungen wieder mit auffälligen Titelblattmarkern (sog. „Sticky Notes“), die einen aussagekräftigen Slogan wie zum Beispiel *„Darf ich dich an Land ziehen?“* tragen, versehen werden.

### **Werbepostkarten**

Geplant ist, erneut Werbepostkarten mit Slogans wie zum Beispiel *„Halte das Land am Laufen!“*, *„Darf ich dich an Land ziehen?“* und *„Alles 100% landgemacht!“* in rund 130 verschiedenen gastronomischen Locations in Kiel, Neumünster und Lübeck auslegen zu lassen.

### **Briefstempel**

Alle Briefe, die von den Landesbehörden über das Ministerium für Inneres, ländliche Räume, Integration und Gleichstellung (MILIG) verschickt werden, werden seit Ende Oktober 2020 mit einem Briefstempel, der den zusätzlichen Aufdruck *schleswig-holstein.de/karriere* trägt, frankiert, um die Adressaten auf das Karriereportal des Landes aufmerksam zu machen.

2021 wird geprüft werden, welche weiteren Briefstempel von Landesbehörden dafür in Betracht kommen. In diesen Fällen wird ebenfalls dieser zusätzliche Aufdruck angestrebt.

### **Fotoshooting**

Für die verschiedenen Publikationen, die im Zuge der Werbekampagne erstellt werden (z.B. Broschüre, Flyer, Plakate), sowie für den Internetauftritt des Landes werden stets aktuelle Fotos von eigenen Nach-

wuchskräften benötigt. Es ist vorgesehen, dass weitere Nachwuchskräfte aus verschiedenen Ausbildungsbereichen in realistischen Arbeitsszenen fotografiert werden, damit weiterhin ein aktueller Fotobestand für die verschiedenen Werbemedien zur Verfügung stehen wird.

#### **D. Veranstaltungen**

##### **Landeseigene Ausbildungsmessen**

Die Staatskanzlei wird, soweit die Corona-Pandemie dem nicht entgegensteht, am 17. und 18. September 2021 die inzwischen etablierte Messe „Ausbildung im öffentlichen Dienst in Schleswig-Holstein“ im CITTI-Park in Kiel veranstalten, bei der sich neben den Ausbildungsbereichen des Landes auch Bundesbehörden und kommunale Verwaltungen präsentieren werden.

Des Weiteren veranstaltet die Staatskanzlei jährlich in Zusammenarbeit mit der Türkischen Gemeinde SH und der Agentur für Arbeit in deren Berufsinformationszentren in Elmshorn, Kiel und Lübeck je eine Ausbildungsmesse. Dort stellt sich das Land mit seinen verschiedenen Ausbildungsbereichen als Arbeitgeber vor. Die Messen richten sich vornehmlich an junge Menschen mit Migrationshintergrund, wobei alle weiteren Interessierten ebenfalls willkommen sind. Abhängig vom Verlauf der Corona-Pandemie ist die Durchführung dieser drei Messen wie folgt beabsichtigt:

- 18. August 2021 – Berufsinformationszentrum Elmshorn
- 26. August 2021 – Berufsinformationszentrum Lübeck
- 02. September 2021 – Berufsinformationszentrum Kiel.

##### **Austausch mit der Bundesagentur für Arbeit**

Am 21. September 2020 fand auf Einladung der Staatskanzlei ein halbtägiges Treffen zwischen den Ausbildungsbereichen des Landes und Berufsberaterinnen bzw. Berufsberatern der Arbeitsagentur Kiel statt, um sich über die Nachwuchskräftegewinnung auszutauschen.

Es besteht die Überlegung, 2021 ein solches Treffen zu wiederholen, an dem neben den Ausbildungsbereichen des Landes diesmal Berufsberaterinnen und Berufsberater aller Bezirke in SH der Agentur für Arbeit teilnehmen würden.

### **Workshop mit dem Landesbeauftragten für Menschen mit Behinderung**

Mit dem Ziel, den Anteil an Nachwuchskräften mit Behinderung in der Landesverwaltung zu erhöhen, wurde mit dem Landesbeauftragten für Menschen mit Behinderung vereinbart, zu dieser Thematik einen gemeinsamen Workshop durchzuführen. An der Veranstaltung werden sowohl Ausbildungsbereiche des Landes als auch Interessenvertretungen von Menschen mit Behinderungen teilnehmen. Dieser Workshop sollte bereits im August 2020 stattfinden, musste aber aufgrund der Corona-Beschränkungen verschoben werden. Vom weiteren Verlauf der Virusinfektionen hängt ab, wann dieser Workshop 2021 durchgeführt werden kann. Das in der Staatskanzlei für Personalmarketing zuständige Referat wird diesen Workshop vorbereiten und inhaltlich begleiten.

### **Ehrung der Jahrgangsbesten**

Im Herbst 2021 wird die Staatskanzlei eine weitere Veranstaltung zur Ehrung der besten Nachwuchskräfte der Landesverwaltung durch den Ministerpräsidenten organisieren und durchführen.

### **Summer Camp 2021**

Der Ministerpräsident wird bis zu 30 Nachwuchskräfte des höheren Dienstes vom 04. bis 06. Juni 2021 zum fünften Summer Camp in die Akademie Sankelmark einladen. Die Staatskanzlei wird diese Veranstaltung organisieren und begleiten.

### **Ländertreffen**

Der jährlich einmal stattfindende länderübergreifende Erfahrungsaustausch zu den Themen Personalmanagement und Personalmarketing wird, sofern er dann nicht Corona-bedingt abgesagt werden muss, am 06. und 07. Mai 2021 in Kiel durchgeführt werden. Die Referate StK 42 und StK 45 werden dieses Treffen organisieren und die Sitzung leiten.

## **E. Sonstiges**

### **Kooperation mit der Universität Kiel – Wirkungsmessung**

In Zusammenarbeit mit der Universität Kiel / Institut für Psychologie wird durch einen Studenten auf Basis eines Werkvertrags die fünfte Wirkungsmessung zur Nachwuchskräfte-Werbekampagne im Zeitraum von November 2020 bis Juni 2021 durchgeführt.



### **Sitzungen der AG „Nachwuchskräftegewinnung“**

Alle zentralen Werbemaßnahmen werden in der Arbeitsgruppe „Nachwuchskräftegewinnung“ erörtert, an der neben den Ausbildungsbereichen auch Nachwuchskräfte und Interessenvertretungen (AGHPR, AGOL, AG HSchwbV, GB) teilnehmen. Die Arbeitsgruppe wird 2021 voraussichtlich dreimal tagen.

### **Zusammenarbeit mit Schulen**

Es besteht die Überlegung, mit mindestens je einer Schule pro Kreis bzw. kreisfreier Stadt den Kontakt zu intensivieren, damit insbesondere bei der Wirkungsmessung die sehr zeitaufwändige Suche nach teilnahme willigen Schulen deutlich erleichtert würde.

### **Verschiedenes**

Im Rahmen des Personalmarketings sind eine Reihe weiterer Aufgaben zu erledigen. Dazu zählen unter anderem: Vergabeverfahren über die GMSH durchführen, Einzelanfragen beantworten, Stellungnahmen abgeben, Statistiken zu Bewerbungszahlen fortführen, den bestehenden Informationspool erweitern, Vorträge halten und Nachwuchskräfte in der Praxis ausbilden.

## **Nachwuchskräfte-Werbekampagne: Bilanz 2020**

Im Jahr 2020 wurden von der Staatskanzlei folgende ressortübergreifende Maßnahmen zur Nachwuchskräfte-Gewinnung getroffen:

### **F. Außenwerbung**

#### **Werbung auf Dienst-KFZ**

Es wurden weitere 24 Dienstfahrzeuge mit dem Slogan „Komm zu uns“ foliert.

Seit Beginn der NWK-Werbekampagne sind insgesamt 214 Dienstfahrzeuge beschriftet worden.

#### **ÖPNV-Werbung**

Die vorangegangenen Wirkungsmessungen hatten ergeben, dass Schülerinnen und Schüler im Alter von ca. 15 -20 Jahren die kostspielige NWK-Werbung auf der Außenwand von Bussen kaum wahrnehmen. Deshalb wurde 2020 auf diese Maßnahme verzichtet und anstelle dessen Swingcards in den Bussen zur Mitnahme ausgelegt.

In den ÖPNV-Bussen der Städte Flensburg, Kiel und Neumünster wurden im März und Juni 2020 insgesamt 5.200 Swingcards mit NWK-Werbung ausgehängt. Außerdem wurden 2.000 Swingcards in Lübeck sowie weitere 1.000 in der Region Hamburg-Rand ausgeteilt.

#### **Kinowerbung**

Die beiden im Jahr 2019 gedrehten Recruiting-Filme zur Nachwuchskräftewerbung wurden ab Mai 2020 in 18 Lichtspielhäusern von 15 Städten mit über 20.000 Einwohnern im Werbeblock gezeigt. Da die Vermarktungsagentur zu Beginn des Jahres über 160.000 Kontakte (Kinobesucher/-innen) garantiert hatte und diese Zahl wegen der Corona-Beschränkungen innerhalb der prognostizierten Laufzeit von sieben Wochen nicht erreicht wurde, wurden die Laufzeit deutlich verlängert. So wurden die beiden Filme auch noch im Herbst 2020 im Werbeblock eingespielt.

#### **Recruiting-Filme**

Zwei weitere Recruiting-Filme wurden 2020 erstmals vom Filmteam der Staatskanzlei gedreht.

Ein Film illustriert die Vielfalt der Aufgaben in der Landesverwaltung mit dem Ziel, junge Menschen mit sehr unterschiedlichen Interessen, Neigungen und Befähigungen anzusprechen. Es werden dazu bewusst Gegensatzpaare abgebildet, um die Breite des Aufgabenspektrums aufzuzeigen, zum Beispiel Arbeiten mit Menschen – Arbeiten mit Tieren, drinnen - draußen, zu Land - zu Wasser etc.

Der weitere Film porträtiert eine weibliche und eine männliche Nachwuchskraft. Beide werden in unterschiedlichen Kontexten gezeigt: bei der Arbeit, unter anderem bei einer gemeinsamen Videokonferenz sowie jeweils in ihrer Freizeit. Ziel ist es, eine persönliche Atmosphäre zu schaffen und jungen Menschen das Gefühl zu vermitteln, dass sie beim Arbeitgeber Land SH gut aufgehoben wären.

Diese Clips werden im Ausbildungsportal, bei YouTube, in sozialen Medien und im Frühjahr 2021 in der Kinowerbung gezeigt.

### **Kieler Woche 2020**

Während der Kieler Woche im September 2020 wurde einer der beiden im Vorjahr gedrehten Recruiting-Filme auf den drei verschiedenen digitalen Bühnen auf dem Rathausplatz, im Schlossgarten und im Olympiahafen Schilksee sowie über einen Livestream im Internet jeweils bis zu viermal täglich gezeigt.

Nach Angaben der Stadt Kiel konnten rd. 38.000 Besucherinnen und Besucher direkt vor Ort und weitere 195.000 Besucherinnen und Besucher online erreicht werden.

### **Digitale Werbetafeln**

Um die Corona-bedingten Absagen der diesjährigen Ausbildungsmessen zu kompensieren, wurde verstärkt im öffentlichen Raum geworben. In Zusammenarbeit mit dem Zentralen Personalmanagement der Staatskanzlei wurde auf insgesamt 27 großflächigen, überwiegend digital bespielten Werbetafeln in Flensburg, Husum, Kiel, Lübeck und Schleswig um Nachwuchskräfte und technische Fachkräfte geworben. Diese Aktion erfolgte vor Ablauf der für die Nachwuchskräftestellen geltenden Bewerbungsfristen und zwar im Zeitraum von August bis September 2020.

### **Gebäudebanner**

Für die Umzäunung der Liegenschaft des Landeslabors Schleswig-Holstein in Neumünster wurden zwei Banner mit Nachwuchskräftewerbung erstellt und so angebracht, dass sie für Besucherinnen und Besucher des Messegeländes der Holstenhallen gut sichtbar sind.

Seit Oktober 2019 wirbt das Land mit einem großen Werbebanner an der neuen Osttribüne des Holstein-Stadions um technische Fachkräfte und Nachwuchskräfte. Der dazu geschlossene Mietvertrag wurde über den 30.06.2020 hinaus um ein Jahr verlängert. Mit dem Banner wird um Nachwuchskräfte und technische Fachkräfte geworben. Diese Werbung ist nicht nur für Stadionbesucherinnen und -besucher, sondern auch für Verkehrsteilnehmende am Kreisel Projensdorfer Straße / Westring gut sichtbar.

Die Anbringung weiterer Banner, z.B. an Baugerüsten auf verschiedenen Landesliegenschaften, ist für das Jahr 2021 geplant.

### **Plakataktion und Plakatierung von Stromkästen**

Erstmals wurden Plakate in der Größe A1 mit vier verschiedenen Werbeslogans für den Arbeitgeber Land Schleswig-Holstein gedruckt. Im Kieler Stadtgebiet wurden diese im Juni (65 Stück), August (65 Stück) und September (60 Stück) jeweils für 21 Tage in Wechselrahmen an gut sichtbaren Stellen wie z.B. Hauswänden, Mauern, Zäunen etc. angebracht. Weitere 150 Plakate wurden im September vor Ablauf der Bewerbungsphase angebracht.

Des Weiteren werden seit Juni 2020 für 12 Monate Plakate in 12 City Boxes (Telekom-Schaltschrankanlagen / „Stromkästen“) ausgehängt. Diese City Boxes befinden sich in den Städten Flensburg, Lübeck, Neumünster und Norderstedt.

## **G. Digitale Werbung**

### **Instagram**

Seit Anfang November 2019 wirbt das Land mit einem eigenen Instagram-Account [@moin\\_karriere](#) um Nachwuchskräfte für die Landesverwaltung. Ziel ist es, einen Einblick in die Vielfalt der Landesaufgaben zu geben und einen Eindruck über den Ablauf der Ausbildungs- und Studiengänge zu vermitteln. Dazu berichten regelmäßig Nachwuchskräfte

aus verschiedenen Ausbildungsbereichen über ihre Erfahrungen. Dieses Format wird seit kurzem ergänzt um Bildberichte (Posts) aus interessanten Fachbereichen.

Um die Bekanntheit des Accounts zu steigern, wurden 400 Plakate gedruckt, die gezielt auf das Instagram-Profil *@moin\_karriere* hinweisen. Die Plakate sind an alle Gymnasien, Gemeinschaftsschulen mit und ohne Oberstufe sowie an berufsbildende Schulen in Schleswig-Holstein zum Aushang versandt worden.

Darüber hinaus wurde das allgemeine Konzept für die Nutzung des Instagram-Profiles *@moin\_karriere* in Abstimmung mit der Datenschutzbeauftragten der Staatskanzlei um ein ausführliches Datenschutzkonzept und ein Löschkonzept ergänzt.

### **Karriereportal – Berufsorientierungstest**

Zusammen mit dem Zentralen Personalmanagement ist das Referat StK 45 in die Neugestaltung des Karriereportals eingebunden.

2020 haben mehrere teilweise ganztägige, meistens mehrstündige Workshops und Videokonferenzen mit dem beauftragten IT-Dienstleister sowie mehrere hausinterne Workshops stattgefunden. Die Konzeption, das Design sowie die technische Umsetzung werden mit der für das gesamte Landesportal verantwortlichen Regierungspressestelle fortlaufend abgestimmt.

Im Jahr 2015 hatte die Staatskanzlei vom Institut für Psychologie der Universität Kiel einen Berufsorientierungstest entwickeln lassen und anschließend in das Ausbildungsportal gestellt. Da in den vergangenen Jahren neue Ausbildungs- bzw. Studiengänge dazugekommen sind, wurde es erforderlich, diesen Test zu aktualisieren.

Hierfür wurde erneut das Institut für Psychologie der Universität Kiel beauftragt. Im Rahmen einer Projektarbeit haben drei Studenten diese Aufgabe übernommen. Inzwischen liegen die Aktualisierungen vor, so dass ein IT-Dienstleister die Software bereits anpassen konnte. Der aktualisierte Berufsorientierungstest ist mittlerweile freigeschaltet.

### **Digitale (Internet-) Werbung**

Für die Jahre 2020 und 2021 wurde mit einer Marketingagentur ein

Rahmenvertrag für Bannerwerbung im Internet geschlossen. Die Agentur veranlasst, dass in den Zeiträumen Januar bis März und Juli bis August monatsweise bis zu drei unterschiedliche HTML-Banner auf Websites eingeblendet werden. Hierbei wurden für die gesamte Laufzeit 10.000.000 Impressionen (Anzahl der Einblendungen) und 16.000 Klicks (Aufrufe) von der Marketingagentur prognostiziert.

Außerdem werden die Recruiting-Filme auf Youtube als Videoanzeigen geschaltet. Laut Prognose der Agentur werden insgesamt 1.200.000 Impressionen und 480.000 Klicks erzielt werden.

### **Radiowerbung**

Da Corona-bedingt sehr viele Ausbildungsmessen abgesagt wurden, gleichwohl die primäre Zielgruppe der Schülerinnen und Schüler über das Land als Arbeitgeber informiert werden sollte, wurde die Möglichkeit der Radiowerbung genutzt.

Bei den Sendern RSH, Delta Radio und BobSH (Vermarktung über MACH3) wurde im Zeitraum 08.06. bis 30.06.2020 insgesamt 180 Mal ein Spot mit einer Länge von 25 Sekunden eingespielt. In dem Spot wurde das Land Schleswig-Holstein als moderner und vielseitiger Arbeitgeber präsentiert. Am Schluss wurde auf das Ausbildungsportal im Internet hingewiesen.

In einem weiteren Spot über 30 Sekunden wurden bei Radio Lübeck beispielhaft verschiedene Möglichkeiten der Ausbildungen / Studiengänge beim Land Schleswig-Holstein genannt. Abschließend wurde auf das Ausbildungsportal und auf das Instagram-Profil [@moin\\_karriere](#) als weitere Informationsquellen verwiesen. Der Spot wurde bei Radio Lübeck insgesamt 72 Mal im Zeitraum vom 04. bis 30. Juni 2020 gespielt.

Ein dritter Spot wurde bei Antenne Sylt ausgestrahlt. Der ebenfalls 30-sekündige Beitrag bewarb das Land als größten Arbeitgeber in Schleswig-Holstein und gab Beispiele für die über 30 Ausbildungsberufe. Auch hier wurde abschließend auf das Ausbildungsportal und Instagram hingewiesen. Außerdem wurde ein Reminder-Spot mit einer Länge von zehn Sekunden erstellt, der nochmals komprimiert auf die drei Möglichkeiten des Berufseinstiegs beim Land (Ausbildung, Studium, Referendariat) hinwies.

Der Basis-Spot wurde während der ersten Woche der Laufzeit 40 Mal gesendet, der Reminder-Spot war in der darauf folgenden Woche ebenfalls 40 Mal zu hören.

## **H. Messeequipment / Publikationen / Print**

### **Messestände**

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

Der Messestand der Allgemeinen Verwaltung ist 2020 um ein Quizterminal ergänzt worden. Hierzu wurden über 130 Fragen zum Land Schleswig-Holstein mit Bezug zu den Aufgaben der Landesverwaltung zusammengestellt. In Anlehnung an das gängige Prinzip von TV-Quizshows werden per Zufallsgenerator bis zu acht Fragen gestellt und jeweils vier Antwortmöglichkeiten vorgegeben. Zwei Personen können am Quizterminal gegeneinander spielen oder eine Person spielt allein.

Auch der Messestand des Oberlandesgerichts ist um ein Quizterminal erweitert werden. Bei dieser Variante entscheidet die Spielerin bzw. der Spieler an einem Monitor, ob eine vorgegebene Aussage, die sich auf den Justizbereich bezieht, wahr oder falsch ist.

Für den Messestand des MBWK wurde ein 360 Grad-Film gedreht, der mit einer angeschafften VR-Brille interaktiv erlebt werden kann. Es wird der erste Tag einer neuen Lehrkraft an einer Schule simuliert. In verschiedenen Sequenzen hat die Nutzerin bzw. der Nutzer unterschiedliche Aufgaben zu lösen, z.B. ist die richtige Klasse anhand eines Raumplans zu finden oder zu entscheiden, ob die Antwort eines Schülers richtig ist.

Für das Landesamt für Zuwanderung und Flüchtlinge wurde ein Messestand konzipiert und optisch an die bereits vorhandenen zehn weiteren Messestände angepasst, um einen einheitlichen Auftritt des Arbeitgebers Land SH sicherzustellen.

### **Give-aways**

Aufgrund eines bestehenden Rahmenvertrages mit einem Produzenten wurden für alle Messestände des Landes vier verschiedene Give-aways

in 1000er-Stückzahlen nachbeschafft. Das bisherige Layout des Werbetextes wurde um den Hinweis auf das Instagram-Profil [@moin\\_karriere](#) erweitert.

Angesichts der Corona-Pandemie wurden außerdem 1.000 Mund-Nasen-Schutzmasken beschafft und sowohl an alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Staatskanzlei als auch an die Nachwuchskräfte der Allgemeinen Verwaltung verteilt. Die Masken sind dunkelblau. In weißer Farbe wurden die Dachmarke und der Instagram-Tag [@moin\\_karriere](#) aufgedruckt, um die Bekanntheit des Instagram-Kanals zu erhöhen und auf diese Weise auf die Nachwuchskräfte-Werbekampagne aufmerksam zu machen.

### **Hoodies für Nachwuchskräfte**

Im Rahmen des Onboarding wurden 247 neu eingestellte Nachwuchskräfte mit Ausbildungs- bzw. Studienbeginn erstmals mit Kapuzenpullovern ausgestattet. Diese Hoodies tragen am Arm und auf der Brust die Dachmarke des Landes Schleswig-Holstein und auf dem Rücken den Slogan der NWK-Werbekampagne *„Wir halten das Land am Laufen“*. Durch das Tragen der Kleidung im privaten Bereich, z. B. im Sportverein oder beim Einkaufen, werden diese Nachwuchskräfte zu Markenbotschafterinnen und Markenbotschaftern für das Land Schleswig-Holstein. Da so der Bekanntheitsgrad des Arbeitgebers gesteigert wird, dürfte sich in der Folge die Anzahl der Bewerbungen auf Nachwuchsstellen sukzessive erhöhen.

Das Tragen der Hoodies innerhalb der Studien- oder Ausbildungszeiten stärkt zudem die Verbundenheit und Identifizierung der Nachwuchskräfte mit dem Land als ihren Arbeitgeber sowie das Zusammengehörigkeitsgefühl untereinander.

Aufgrund der guten Resonanz auf diese Aktion wurden nachträglich auch 95 Nachwuchskräfte der Jahrgänge 2018 und 2019 der Allgemeinen Verwaltung mit Kapuzenpullovern ausgestattet.

### **Publikationen**

Die bei Messen sehr nachgefragte und mehrmals neu aufgelegte Broschüre *„Ich freue mich auf die Zukunft“* wurde 2020 grundlegend überarbeitet. In Anlehnung an das Format eines modernen Magazins soll sie vor allem die primäre Zielgruppe, Schülerinnen und Schüler im Alter von ca. 15 -20 Jahren, besonders ansprechen.



Die Texte zu den einzelnen Ausbildungs- und Studienangeboten sind auf wesentliche Informationen begrenzt worden, um den Schülerinnen und Schülern eine erste Einschätzung zu ermöglichen, ob der beschriebene Beruf ihren Interessen und Fähigkeiten grundsätzlich entspricht. Weitere Informationen sind dem Ausbildungsportal zu entnehmen, auf das verwiesen wird. – Die erste Auflage umfasst 5.000 Exemplare.

Eine Übersetzung des gesamten Textes in die Sprachen Arabisch, Türkisch und Englisch, die anschließende jeweilige Layout-Gestaltung für die drei fremdsprachigen Broschüren und deren Drucklegung soll im ersten Halbjahr 2021 abgeschlossen werden.

### **Anzeigenschaltung und Sticky Notes**

Es wurden Anzeigen für die Nachwuchskräftewerbung in einer Reihe von Printmedien (Zeitungen, Fachmagazine, Broschüren) publiziert. Beispielhaft zu nennen sind der Studienführer 2020/2021, KIELerleben sowie die Sonderbeilagen zum Thema Ausbildung und Studium in den Kieler Nachrichten, der Landeszeitung und den Lübecker Nachrichten.

Es wurden nahezu in jedem Monat entsprechende Anzeigen geschaltet. Adressaten sind vor allem die Eltern der primären Zielgruppe, die - wie die Wirkungsmessungen der Universität Kiel zeigen - Berufsinformationen häufig aus Printmedien beziehen.

Im Oktober und November 2020 wurden erstmals Online-Anzeigen in den digitalen Ausgaben der Kieler Nachrichten, der Landeszeitung und den Lübecker Nachrichten geschaltet.

Die Anzeigen fügen sich in den redaktionellen Inhalt der Zeitungen ein und geben den Leserinnen und Lesern die Möglichkeit, nach dem Lesen des Titels und des Teaser-Textes das Ausbildungs- bzw. Karriereportal mittels eines Link direkt aufzurufen.

Im Dezember 2020 wurden wie bereits im vergangenen Jahr Sticky Notes auf den Titelseiten der Kieler Nachrichten, der Landeszeitung und den Lübecker Nachrichten platziert.

### **Werbepostkarten**

Im Sommer 2020 wurden insgesamt 6.500 Postkarten mit folgenden drei verschiedenen Motiven gedruckt: „*Halte das Land am Laufen!*“, „*Darf ich dich an Land ziehen?*“ und „*Alles 100% landgemacht!*“. Diese Postkarten wurden drei Wochen lang mit wöchentlich wechselndem

Motiv in rund 130 verschiedenen gastronomischen Locations in Kiel, Neumünster und Lübeck ausgelegt.

### **Briefstempel**

Alle Briefe, die von den Landesbehörden über das Ministerium für Inneres, ländliche Räume, Integration und Gleichstellung (MILIG) verschickt werden, werden mit den dortigen Frankiermaschinen mit dem entsprechenden Porto versehen sowie einem QR-Code und der Absenderangabe (Landesregierung) bedruckt.

Ende Oktober 2020 wurde das sogenannte Klischee dieses Briefstempels um den Aufdruck *schleswig-holstein.de/karriere* erweitert, um die Adressaten auf das Karriereportal des Landes aufmerksam zu machen.

### **Fotoshooting**

Für die verschiedenen Publikationen, die im Zuge der Werbekampagne erstellt werden (z.B. Broschüre, Flyer, Plakate), sowie für den Internetauftritt des Landes werden stets aktuelle Fotos von eigenen Nachwuchskräften benötigt. Dazu wurde 2020 eine Reihe von Fotoshootings mit Nachwuchskräften aus neun Ausbildungsbereichen durchgeführt.

## **I. Veranstaltungen**

### **Landeseigene Ausbildungsmessen**

Am 7. und 8. Februar 2020 veranstaltete die Staatskanzlei die inzwischen etablierte Messe „Ausbildung im öffentlichen Dienst in Schleswig-Holstein“ im CITTI-Park in Lübeck, bei der sich neben den zehn Ausbildungsbereichen des Landes auch Bundesbehörden und kommunale Verwaltungen präsentierten. Die Besucherresonanz war sehr gut.

Des Weiteren hat die Staatskanzlei in Zusammenarbeit mit der Agentur für Arbeit und der Türkischen Gemeinde SH drei Ausbildungsmessen in den Berufsinformationszentren in Kiel (20. Februar), Lübeck (26. Februar) und Elmshorn (29. Februar) veranstaltet. Diese jährlich stattfindenden Messen, bei denen sich das Land mit seinen verschiedenen Ausbildungsbereichen als Arbeitgeber vorstellt, richten sich vornehmlich an junge Menschen mit Migrationshintergrund, wobei alle weiteren Interessierten ebenfalls willkommen sind. Auch diese Veranstaltungen wurden gut besucht, so dass 2021 ihre erneute Durchführung - allerdings abhängig vom Verlauf der Corona-Pandemie – beabsichtigt ist.

### **Austausch mit der Bundesagentur für Arbeit**

Am 21. September 2020 fand auf Einladung der Staatskanzlei ein halbtägiges Treffen zwischen den Ausbildungsbereichen des Landes und Berufsberaterinnen / Berufsberatern der Arbeitsagentur Kiel statt.

Im ersten Teil der Veranstaltung stellten die Ausbildungsbereiche in Kurzvorträgen die Berufe vor, für die entweder nur eine geringe Anzahl an Bewerbungen eingehen oder die für junge Menschen aus dem Einzugsgebiet Kiel besonders interessant sein dürften.

In den kurzen Präsentationen wurden insbesondere die Einstellungs Voraussetzungen, das Bewerbungs- und Einstellungsverfahren sowie der Ausbildungsablauf erläutert und Fragen seitens der Arbeitsagentur von den Ausbildungsbereichen beantwortet.

Die Berufsberaterinnen und Berufsberater berichteten sodann im zweiten Teil der Veranstaltung über ihre Erfahrungen aus den Beratungsgesprächen. Zudem gaben sie einen Einblick, wie die Berufsberatung organisiert ist und praktisch abläuft (z.B. Schulbesuche).

Es ist beabsichtigt, in regelmäßigen Abständen diesen für beide Seite gewinnbringenden Austausch zu wiederholen.

### **Ehrung der Jahrgangsbesten 2020**

Die für den 25. November 2020 geplante Veranstaltung zur Ehrung der besten Nachwuchskräfte der Landesverwaltung durch den Ministerpräsidenten musste Corona-bedingt abgesagt werden. Anstelle dessen hat der Ministerpräsident persönliche Schreiben an diese Nachwuchskräfte richtet und ihnen gemeinsam eine Videobotschaft übermittelt.

### **Summer Camp 2020**

Der Ministerpräsident lud Nachwuchskräfte des höheren Dienstes vom 28. bis 30. August 2020 zum vierten Summer Camp in die Akademie Sankelmark ein. Zu diesem Personenkreis zählen insbesondere neu eingestellte Juristinnen/Juristen, Wirtschaftswissenschaftlerinnen/Wirtschaftswissenschaftler und Politologinnen/Politologen.

Das für Personalmarketing zuständige Referat organisierte und begleitete diese Veranstaltung.

## **J. Sonstiges**

### **Kooperation mit der CAU – Wirkungsmessung**

Im Zuge der bestehenden Kooperation mit dem Institut für Psychologie der Universität Kiel (CAU) wurde im Sommer 2020 die vierte Wirkungsmessung für den Zeitraum 2019/20 abgeschlossen und der Staatskanzlei ein entsprechender Bericht vorgelegt.

Die Wirkungsmessung 2020/21 wird durch einen Studenten des Instituts für Psychologie auf Basis eines Werkvertrags fortgesetzt. Am 01. November 2020 begann er mit den Vorarbeiten der Wirkungsmessung. Die fünfte Wirkungsmessung soll bis Sommer 2021 beendet werden.

### **Arbeitsgruppe „Nachwuchskräftegewinnung“**

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

Corona-bedingt wurde die Sitzung im März abgesagt und die Sitzung im Juni im Rahmen einer Videokonferenz abgehalten. Die Besprechung im September fand in den Räumlichkeiten des DLZP statt.

Mit Blick auf die steigende Anzahl von Infektionen mit dem Coronavirus wurde die Sitzung im Dezember 2020 erneut im Rahmen einer Videokonferenz abgehalten.

### **Verschiedenes**

Darüber hinaus wurden im Rahmen des Personalmarketings mehrere Ausschreibungsverfahren über die GMSH durchgeführt, Einzelanfragen beantwortet, Stellungnahmen abgegeben, Statistiken zu Bewerbungszahlen fortgeführt, der bestehende Informationspool erweitert, Vorträge gehalten und Nachwuchskräfte in der Praxis ausgebildet. Auch war das Referat StK 45 im Frühjahr 2020 an der Beantwortung der Bürgerbriefe zum Coronavirus (Corona-Postfach) beteiligt.