



Attraktive Verwaltung

Werbestrategien zur Personalgewinnung in einer von Vielfalt und Zuwanderung geprägten Region

Projektbeschreibung der Kooperationsstädte Bochum, Duisburg, Dortmund, Essen, Herne, Gelsenkirchen, Mülheim an der Ruhr und Oberhausen

„Kaum eine Entwicklung wird Deutschland in den kommenden Jahren so prägen wie der demografische Wandel. Der Rückgang der Zahl der Schulabgängerinnen und Schulabgänger ist bereits heute deutlich zu spüren und hat Auswirkungen auf die Zahl der Auszubildenden und der jungen qualifizierten Nachwuchskräfte. Bereits heute bestehen in verschiedenen Branchen und Regionen Fachkräfteengpässe. Die Alterung der Gesellschaft wird dieses Problem in den nächsten Jahren verschärfen, da eine hohe Fachkräftezahl aus den „geburtstarken Jahrgängen“ in absehbarer Zeit in Rente gehen wird. Im zunehmenden Wettbewerb um Fachkräfte werden besonders kleine und mittlere Unternehmen (KMU) von Engpässen betroffen sein“, formuliert der Berufsbildungsbericht 2015 in seiner Zusammenfassung.

In Verbindung mit einer immer vielfältigeren Gesellschaft sind auch öffentliche Arbeitgeberinnen gefordert, dem verrentungsbedingten Fachkräfteverlust in ihren Verwaltungen mit einem auf Vielfalt ausgerichteten Personalmanagement entgegen zu wirken im Sinne

- der Daseinsvorsorge für alle Bürgerinnen und Bürger
- dem Erhalt der Leistungsfähigkeit der Verwaltung als Standortfaktor
- einer attraktiven Arbeitgeberin auf der Suche nach qualifizierten Nachwuchskräften.

Dabei ist der öffentliche Dienst seit jeher Gegenstand allgemeiner Diskussion, die Bilder über die Verwaltung unterschiedlich: das alte Vorurteil vom verstaubten und überversorgten (privilegierten) Bürokraten hat zum Teil noch Bestand, als Dienstleisterin wird dem öffentlichen Dienst in bestimmten Aufgabenfeldern eine hohe Anerkennung entgegengebracht. Als Garant von Grundversorgung wie z.B. Abwasser, Trinkwasser und Abfallbeseitigung spricht sich die Mehrheit für die Beibehaltung eines starken Staates aus. In einem Ranking zum Ansehen einzelner Berufsgruppen stehen Feuerwehr, Kranken- und Altenpflege, Ärzteschaft, Polizei, Kindertageseinrichtungen, Richter, Piloten und Müllwerker auf den ersten Plätzen. Beamte rangieren auf den hinteren Plätzen.¹

Seit dem Bestehen der Städtekooperation 2008 arbeiten die Kommunen gemeinsam an Lösungswegen im Kontext von Demografie, Integration und Wettbewerbsfähigkeit. Grundlage ist der stadregionale Kontrakt „Interkulturelle Städteregion Ruhr“, mit dem die Kooperationspartner u.a. die Gewinnung von Beschäftigten mit Migrationshintergrund hervorheben.

Im Verlauf ihrer Kooperation haben die Städte unter Mitwirkung der Fachbereiche Personal und Integration gemeinsame Grundlagen entwickelt und u.a. im Handlungsbuch „Vielfalt schafft Zukunft“- Kommunen als zukunftsfähige Arbeitgeberinnen - veröffentlicht. Und mit dem Beitritt zur Landesinitiative „Vielfalt verbindet“ 2013 wurden weitere Akzente für ein gemeinsames Verständnis im Umgang mit interkultureller Kompetenz als Qualitätsmerkmal gesetzt.

An diese Prozesse soll angeschlossen werden.

¹ forsa Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH „Bürgerbefragung öffentlicher Dienst 2014“ im Auftrag des dbb beamtenbund und tarifunion

Grundannahmen

- eine leistungsfähige und bürgerorientierte Kommune trägt als Bindeglied zwischen der in den Kommunen lebenden vielfältigen Gesellschaft und dem Wirtschaftsstandort wesentlich dazu bei, ob sich Familien, Arbeitskräfte und Unternehmen in der Stadt wohlfühlen.
- das Personalmanagement der Verwaltungen ist zunehmend wichtig für das Gesamtbild der Städte und Gemeinden, für die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen in der Region und für den Wettbewerb um eigene Ausbildungs- und Fachkräfte.
- vielfach herrscht bei jungen Menschen und insbesondere bei jungen Menschen mit Migrationshintergrund nur eine vage bis keine Vorstellung über die Berufsvielfalt und die Beschäftigungsmöglichkeiten im öffentlichen Dienst und die Bedeutung dessen für das alltägliche Leben.

Mit dem Projekt „Attraktive Verwaltung“ will die Städtekooperation Integration. Interkommunal über eine gemeinsame Marketingstrategie Akzente zur Personalgewinnung in einer von Vielfalt und Zuwanderung geprägten Region setzen. Dies in Zusammenarbeit der zuständigen Integrationsstellen (Integrationsverantwortliche/ Kommunale Integrationszentren) und mit Partnern aus dem Ausbildungsbereich (Studieninstitut Essen, kommunale Ausbildungsbereiche Fachhochschule für öffentliche Verwaltung).

(1) Teilprojekt Rekrutierungsvideo/Imagefilm

Junge Menschen zwischen 15 und 23 Jahren sollen sich für eine Ausbildung in der Stadtverwaltung interessieren. Alle Kommunen in der Ruhrregion bewerben jungen Menschen für ihre Verwaltungen: mit Flyern, über ihren Internetauftritt, in der Presse, auf Plakaten etc. In vielen Kommunen ist das Ausbildungsmarketing längst auch auf junge Menschen mit Migrationshintergrund ausgerichtet, dennoch fehlen adäquate Bewerberinnen und Bewerber. Mit einem gemeinschaftlichen Rekrutierungsfilm soll die Ansprache junger Nachwuchskräfte, insbesondere junger Menschen mit Migrationshintergrund verstärkt werden. Über die Einstellung der Films auf den gängigen Plattformen wie YouTube, Instagram und anderen einschließlich der einzelnen Stadtportale sollen altersgerechte, attraktive „Filmschnipsel“ oder Filmspots die Bedeutung der Verwaltung für den Lebensalltag und die Berufsvielfalt darstellen. Auszubildende aus den beteiligten Kommunen sollen an der Filmerstellung mitwirken. Das „Filmschnipsel/Filmspot-Systematik“ ermöglicht auch weiteren Kommunen bzw. Kreisen über das Projektende hinaus, eine Aktualisierung bzw. Erweiterung um neue Einspielungen.

(2) Teilprojekt Bewerbung

Der Werbefilm/Imagefilm selbst als auch die Verwaltungsausbildung soll über jugendangemessene Medien beworben werden. Dies umfasst in erster Linie das Medium Kino und Radio. Aus den mit dem Filmprojekt verbundenen Botschaften und akustischen Sounds wird ein Radiobeitrag erstellt, der an die gängigen Städteradios, Eins Live und andere übermittelt wird. Das Filmmaterial liefert ebenfalls die Möglichkeit der Kino-Werbung. Bei der Bewerbung in Print Medien sollen auch ausländische Medien berücksichtigt werden.

(3) Transferveranstaltung

Die Ergebnisse sollen auf dem 6. Interkommunalen Forum 2016 in Kooperation mit der Landesinitiative „Vielfalt verbindet“ einer breiten Öffentlichkeit u.a. Kommunen und Kreise, die Partner der Landesinitiative, Integrationsräte, Elternverbände und Migrantenorganisationen vorgestellt werden.

1. Das Vorhaben „Attraktive Verwaltungen“

1.1. Handlungsansätze

- Austausch/Analyse/Resümee zum Stand der Personalmarketingkonzepte in den beteiligten Projektkommunen unter dem Aspekt Nachwuchskräftegewinnung und interkulturelle Orientierung
- Erarbeitung/Umsetzung öffentlichkeitswirksamer Strategien/professionelle Kampagne Diversity für öffentliche Verwaltungen unter Einbeziehung Auszubildende der Verwaltungen und externer Partner
- Ergebnistransfer und Produktvermarktung
- Nachhaltige Sicherung

1.2. Ziele/Nutzen

- Transparenz herstellen und Verbesserung des Verwaltungsimagen insbesondere mit Blick auf junge Menschen mit Migrationshintergrund
- Vielfalt von Verwaltung sichtbar machen, u.a.: Alltagsbezug von Verwaltungshandeln, Verwaltungsberufe, vielfältige Mitarbeiterschaft
- gemeinsames Handeln in und für die Region stärken, Knowhow bündeln
- Willkommens- und Anerkennungskultur stärken
- Interkulturelle Öffnung der Verwaltung befördern
- Vielfältige Talente auf dem lokalen, regionalen und nationalen Arbeitsmarkt werben
- Kommunen profitieren voneinander und nutzen die im Prozess gewonnenen Ergebnisse als Unterstützung ihrer jeweiligen Strategien vor Ort

1.3. Kooperationspartner

- Kommunen der Städtekooperation
 - Personalverwaltung
 - Presse- und Kommunikationsämter
 - Integrationsverantwortliche/Kommunale Integrationszentren
- Ausbildungsnetzwerk NRW Kommunen/ Studieninstitut Essen
- ggfls. Fachhochschule für öffentliche Verwaltung

1.4. interkommunales Rekrutierungsvideo

Das Rekrutierungsvideo soll einen Aufmacher und mehrere Spots umfassen zu beispielsweise

- Wahrnehmung der Kommunen als attraktive Arbeitgeberinnen für junge Menschen in ihrer Diversität (gender und cultural mainstream)
- Wahrnehmung der Alltagsbedeutung von Verwaltungshandeln für die eigene Familie (vom Zähneputzen bis zur Nachtbeleuchtung)
- Transfer unterschiedlicher Berufsbilder
- Vielfalt der Beschäftigten (vielfältige „Typen“ statt „Büromuffel“)

Über die Auswahl der einzelnen Szenen und Akteure soll der Diversitätsansatz unterstrichen werden. Angestrebt wird auch, über akustische Signale (Melodie oder Einzeltöne) dem Video ein unverkennbares Zeichen mitzugeben.



Teaser/Aufmacher



Filmschnipsel/Filmspots / erweiterbar/ austauschbar

1.5. Umsetzungsschritte

Phase 1 Auswertung gesammelter Erfahrungen/ Ideen

Die Kommunen verfügen über Erfahrungen im Umgang mit potenziellen Bewerber/-innen und Auszubildenden. Diese Erfahrungen stellen eine wichtige Grundlage für die Bestimmung der inhaltlichen Vorgaben für den Rekrutierungsfilm/Imagefilm dar. Weiter Erfahrungen und Ergebnisse aus anderen Bereichen z.B. Studien oder Studienprojekte der Fachhochschule für öffentliche Verwaltung sollen hinzugezogen werden. Insbesondere werden Ergebnisse einbezogen, die im Rahmen eines interkommunalen Azubi Austausches unter Federführung des Studieninstituts Essen in Zusammenwirken mit der Städtekooperation entstehen. Hier tragen Auszubildende aus verschiedenen Kommunen während ihrer Praktikumszeit Ideen zusammen, die in Vorbereitung auf die praktische Umsetzung des Gemeinschaftsprojekts „Attraktive Verwaltungen“ genutzt bzw. ausgewertet werden können.

Die beteiligten Kommunen legen bei der Auswertung fest: Welche Aussagen, Botschaften (z.B. Vielfalt, Attraktivität, Arbeitgeberin, Berufe, starke Typen). lassen sich vermitteln, wozu fehlen Ideen. Welche Ideen sollen filmisch realisiert werden

Phase 2 Exemplarische Erprobung (pre-test) und Bestimmung des Rahmens

Im Vorfeld der Erstellung des Treasurs und der Filmspots werden exemplarisch ausgewählte Szenen mit „einfachen“ Mittel filmisch bzw. akustisch erprobt. Unterstützt durch das Studieninstitut Essen und ergänzend durch Fachleute der Medienbranche bietet der Pre-test die Chance, vorab darstellerische Chancen (Welcher AZUBI Typ/welches Gesicht spricht Jugendliche in ihrer Vielfalt an? Welche Eigenschaften werden für die praktische Filmerstellung erforderlich sein? Was lässt sich gut darstellen) aber auch Fallen in der Wahrnehmung (Missverständnisse, Verstärkung von Vorurteilen, Schubladendenken etc.) und Grenzen der technischen Umsetzbarkeit zu erkennen. Gleichzeitig werden Eckpunkte verabredet

- für das Designkonzept (gestalterische und akustische Vorgaben) in Verknüpfung mit bestehenden Marketingstrategien in den Kommunen,
- für die filmische Umsetzung (Anzahl der Spots/Szenen/Orte) und mögliche Auftragsvergabe
- für die Auswahl der Darsteller/innen (unter AZUBI Beteiligung)
- für die Akustik
- die nachgehende Erfolgsmessung und zur Sicherung der Nachhaltigkeit.

Phase 3 Realisierung und Produkt Bewerbung

Auf der Grundlage der Phasen 1 und 2 erfolgt die Realisierung des Rekrutierungsvideos mit einem dazugehörigen Radio-Spot. Dazu gehört die Gewinnung von Akteuren für die Filmerstellung, die Erstellung eines Leistungsprofils zur visuellen bzw. akustischen Umsetzung und eine adäquate Auftragsvergabe/ Kooperation mit externen Partnern. Die Akteure zur Filmerstellung sollen ebenfalls über den Ausbildungsbereich akquiriert werden.

Parallel zur Realisierung wird die PR Arbeit zur Produkt Bewerbung einschließlich der Konkretisierung des Kostenrahmens erstellt. Dieses zielt auf die Bewerbungsphase für den Ausbildungsgang 2017/2018 und soll u.a. Radioschaltungen, Presseveröffentlichungen unter Einbezug ausländischer Medien und vorbehaltlich der Detailkosten auch Kinospots beinhalten.

Phase 4 Transferveranstaltung

Die Projektergebnisse und Erfahrungen werden auf einem interkommunalen Forum in Verbindung mit der Landesinitiative „Vielfalt verbindet“ vorgestellt. Das Forum richtet sich an die Verwaltungen der Städte und Kreise, die Kooperationspartner der Landesinitiative und Multiplikator/innen u.a. aus Elternverbänden, Migrantenorganisationen, Arbeitsagenturen/Berufsberatung etc.

2. Projektrahmen

Antragstellerin: Städtekooperation Integration.Interkommunal

mit den Städten Bochum, Dortmund, Duisburg, Essen, Gelsenkirchen, Herne, Mülheim an der Ruhr, Oberhausen

Handlungsbevollmächtigte im Sinne der Antragsstellung:

Stadt Essen

Fachbereich Interkulturelle Orientierung/Kommunales Integrationszentrum

Durchführungszeitraum: 15.09.2015 – 30.09.2016

Titel der Maßnahme: Attraktive Verwaltungen

Verantwortlichkeiten für die Umsetzung einzelner Teilprojekte werden im Einvernehmen zwischen den beteiligten Kommunen und mit den einzelnen Kooperationspartner/-innen über vorhandene und noch ergänzende Steuerungsstrukturen interkommunal und interdisziplinär verteilt.

Der Antrag auf Zuwendung richtet sich an das Ministerium für Arbeit, Integration und Soziales des Landes NRW.

Das Projekt wird als Handlungsansatz der Städtekooperation in die Kooperation mit der Landesinitiative „Vielfalt verbindet“ eingebettet.

Die erstellten Produkte sollen so aufbereitet sein, dass andere Städte/Kreise die Möglichkeit der „Übertragbarkeit“ bzw. des Anschlusses haben.