



Gewinnung von

Qualifizierten Auszubildenden

für die Kreisverwaltung
des Landkreises Wesermarsch

Impressum



Landkreis Wesermarsch, Projektgruppe „Gewinnung von qualifizierten Auszubildenden“, Poggenburger Straße 15, 26919 Brake
Maurice Böschen, Sabrina Fleuch (Projektleiterin), Ines Mannagottera, Patrick Reusch, Edda Schommartz (März 2011)

Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangssituation –		3. Darstellung –	
Zahlen, Daten & Fakten	Seite 4	Imagepflege von Innen nach Außen	Seite 20
1.1 Ausbildungsplätze	4	3.1 Identifikation	21
1.2 Altersdurchschnitt	4	3.1.1 Motivation – die Außenwirkung verbessern	21
1.3 Bewerberzahlen	5	3.1.2 Kommunikation – den Informationsfluss ausbauen	22
1.4 Eignungstests	6	3.2 Öffentlichkeitsarbeit	22
1.5 Eignungsuntersuchungen	7		
1.6 Abschlussprüfungen	7		
1.7 Personalfuktuation	8		
2. Werbekonzept –		4. Grundsätze –	
die Zielgruppen erreichen	Seite 9	eine gute Ausbildung bieten	Seite 23
2.1 Zielgruppen	10	4.1 Ausbildertätigkeit	24
2.2 Werbemaßnahmen		4.2 Verbindendes	25
2.2.1 Motto – den Wiedererkennungswert steigern	11	4.3 Vorbildfunktion	26
2.2.2 "Marke" Ausbildung – der Ausbildung einen gesonderten Stellenwert einräumen	11	4.4 Lob- und Kritikgespräche	26
2.2.3 Plakate und Broschüren – das Ausbildungsangebot publizieren	12	4.5 Anerkennung	27
2.2.4 Werbeartikel – Interesse wecken und Kontakte knüpfen	13	4.6 Allgemeines	28
2.2.5 Messen – das Ausbildungsangebot präsentieren	13		
2.2.6 Infotage – Werbung persönlich gestalten	14		
2.2.7 Kooperationen – Kontakte ausbauen und nutzen	15		
2.2.8 Internet – die Zielgruppe erreichen	16		
2.2.9 Praktika – zukünftige Auszubildende gewinnen	17		
2.3 Kostenabschätzung	19		
		5. Ergebnisse –	
		Vorschläge und Handlungsempfehlungen	

1. Ausgangssituation – Zahlen, Daten & Fakten

Der Landkreis Wesermarsch beschäftigt zur Zeit 453 Personen (einschließlich befristeter und teilzeitbeschäftigter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter). 397 sind als tariflich Beschäftigte und 56 als Beamte eingestellt. In dieser Zahl sind 15 Auszubildende und Anwärter/innen berücksichtigt.

Trotz der angespannten finanziellen Haushaltslage des Landkreises Wesermarsch werden jedes Jahr finanzielle Mittel für die Ausbildung zur Verfügung gestellt. Die Kreisverwaltung ermöglicht so unterschiedlichsten Menschen den Einstieg in das Berufsleben zu finden.

1.1 Ausbildungsplätze

Der Landkreis Wesermarsch bildet junge Menschen in verschiedenen Berufen aus. Hierzu zählen:

- Verwaltungsfachangestellte mit einer dreijährigen Berufsausbildung
- Verwaltungswirte, die als Kreissekretäranwärter/innen eine zweijährige Ausbildung absolvieren,
- Verwaltungs(betriebs)wirte B.A., die als

Fünf
Ausbildungs-
berufe

Kreisinspektoranwälter/innen
ein duales Studium durchlaufen,

- Fachinformatiker/innen mit einer dreijährigen Berufsausbildung sowie
- Hygienekontrolleur/innen mit einer zweijährigen Ausbildung.

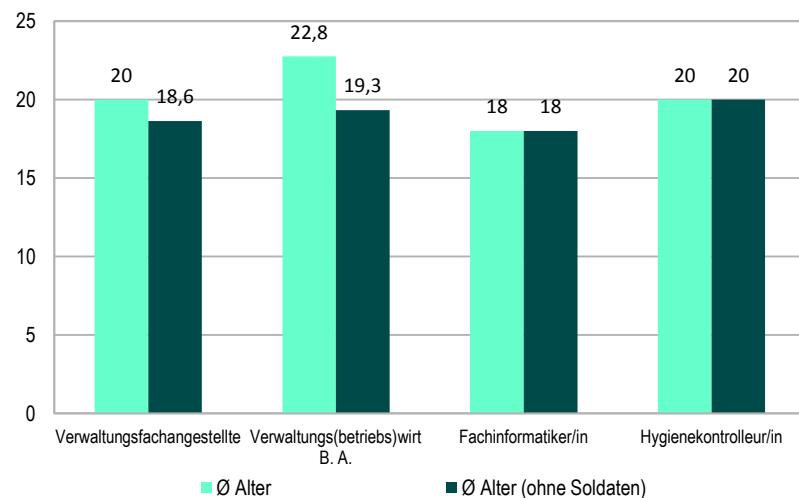
Dieser Personenkreis wird im Folgenden einheitlich als „Auszubildende“ bezeichnet.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Verwaltungs- fachange- stellte/r	2	2	1	1	3	7	9	7 (+4)
Verwaltungs- wirt/in (ehem. mittlerer Dienst)	4	5	5	2	0	0	0	0
Verwaltungs- (betriebs)- wirt/in B. A. (ehem. gehobener Dienst)	2	2	1	2	2	3	4	3 (+3)
Fachinfor- matiker/in, Fachrichtung Systemintegration	1	0	1	1	1	0	1	1
Hygienekon- trolleur/in	0	1	1	1	1	1	1	1
Gesamt	9	11	9	7	7	12	15	12 (+7)

Die vorhergegangene Übersicht verdeutlicht das Bestreben des Landkreises Wesermarsch, mehr Ausbildungsplätze zur Verfügung zu stellen. Seit 2007 ist eine steigende Tendenz zu verzeichnen.

1.2 Altersdurchschnitt

Folgende Grafik beschreibt das durchschnittliche Alter der zur Zeit 15 Auszubildenden sowie Anwärterinnen und Anwärter in der Kreisverwaltung Wesermarsch bei Beginn ihrer Ausbildung



1.3 Bewerberzahlen

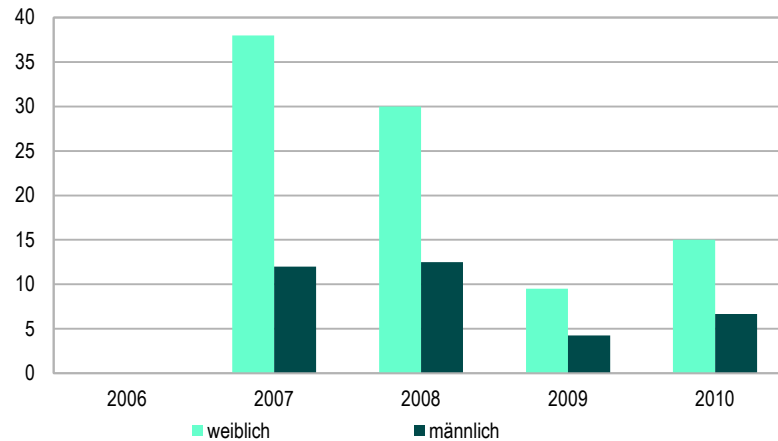
Die durch den demografischen Wandel bedingten sinkenden Schülerzahlen spiegeln sich in der Zahl der Bewerberinnen und Bewerber auf ausgeschriebene freie Ausbildungsplätze wieder.

	2006		2007		2008		2009		2010	
	Ausbildungsplätze	Bewerbungen	Ausbildungsplätze	Bewerbungen	Ausbildungsplätze	Bewerbungen	Ausbildungsplätze	Bewerbungen	Ausbildungsplätze	Bewerbungen
Verwaltungsfachangestellte/r	1*	--	1	49	2	85	4 + 1*	55	3	65
Verwaltungswirt/in (ehem. mittlerer Dienst)	2	13	1*	--	0	0	0	0	0	0
Verwaltungs(betriebs)wirt/in B. A. (ehem. gehobener Dienst)	1	25	1	26	1*	--	1	21	2	36
Fachinformatiker/in, Fachrichtung Systemintegration	1	25	0	0	0	0	0	0	1	18
Hygienekontrollleur/in	0	0	1	1	0	0	1	12	0	0

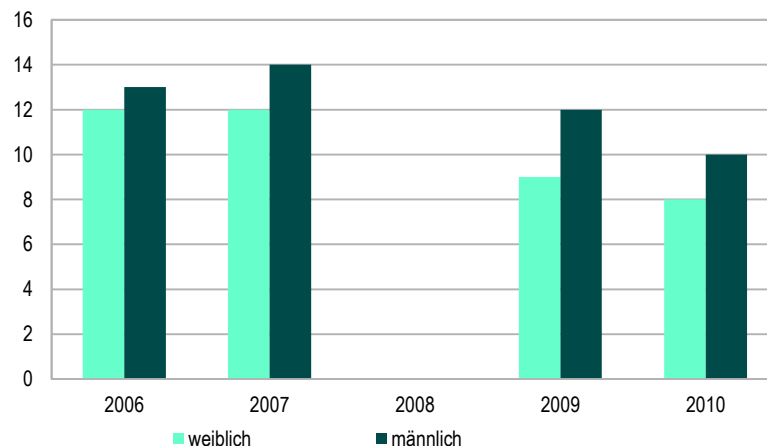
* Vorbehaltsstelle des Bundes / Bewerbungen nicht gewertet

Um die Darstellung der eingegangenen Bewerbungen nicht zu verzerren, wurden die mit Soldaten zu besetzenden Ausbildungsplätze nicht berücksichtigt. Die Grafik stellt die Zahl der Bewerberinnen und Bewerber pro freien Ausbildungsplatz dar.

Verwaltungsfachangestellte



Verwaltungs(betriebs)wirt/in B.A.



1.4 Eignungstests

Die Vorauswahl für die Einladung zum Eignungstest der besten Bewerberinnen und Bewerber für den Beruf des/der Verwaltungsfachangestellten erfolgt anhand der Zeugnisnoten in Deutsch und Mathe (sowie Politik, Arbeits- und Sozialverhalten). Für die anschließende Durchführung des schriftlichen Auswahltests wurde das Niedersächsische Studieninstitut gewonnen. Trotz der guten bis befriedigenden Leistungen in den Abschlusszeugnissen, liegen die Leistungen des schriftlichen Eignungstests in den Fächern Deutsch und Mathematik häufig im Bereich von ausreichend bis mangelhaft.

Jahr	Anzahl Teilnehmer/-innen	Schulnote Deutsch	Testergebnis Deutschnote (Diktat)	Unterschied
2009	26	Ø 2,35	Ø 3,85	-1,5
2010	23	Ø 3,26	Ø 4,61	-1,35
Jahr	Anzahl Teilnehmer/-innen	Schulnote Mathematik	Testergebnis Mathematik	Unterschied
2009	26	Ø 2,54	Ø 4,4	-1,86
2010	23	Ø 2,96	Ø 3,91	-0,95

1.5 Eignungsuntersuchungen

Aufgrund der sinkenden Bewerberzahlen wurde die Vorauswahl für die Verwaltungs(betriebs)wirte B.A. lediglich an die Bedingung Abitur gekoppelt und so fast allen Bewerberinnen und Bewerbern die Teilnahme an der schriftlichen Eignungsuntersuchung ermöglicht. Diese Untersuchung wurde von der Deutschen Gesellschaft für Personalwesen (DGP) durchgeführt. Die durchschnittlichen Ergebnisse sind gut bis zufriedenstellend und weichen damit nur unwesentlich von den Abiturergebnissen ab.

Jahr	Teilnehmer	Ø Ergebnis
2009	12	3,4
2010	20	3,5

Punkte	Bedeutung
5 bis 4,5	entspricht den Anforderungen
4 bis 3,5	entspricht weitgehend den Anforderungen
3 bis 2,5	entspricht nur teilweise den Anforderungen
2 bis 1,5	entspricht weitgehend nicht den Anforderungen
1	entspricht nicht den Anforderungen

1.6 Abschlussprüfungen

Die Abschlussprüfungsergebnisse der Jahre 2005 bis 2009 bestätigen das Auswahlverfahren; sie geben zum überwiegenden Teil die Ergebnisse der Eignungstests bzw. der Eignungsuntersuchungen wieder.

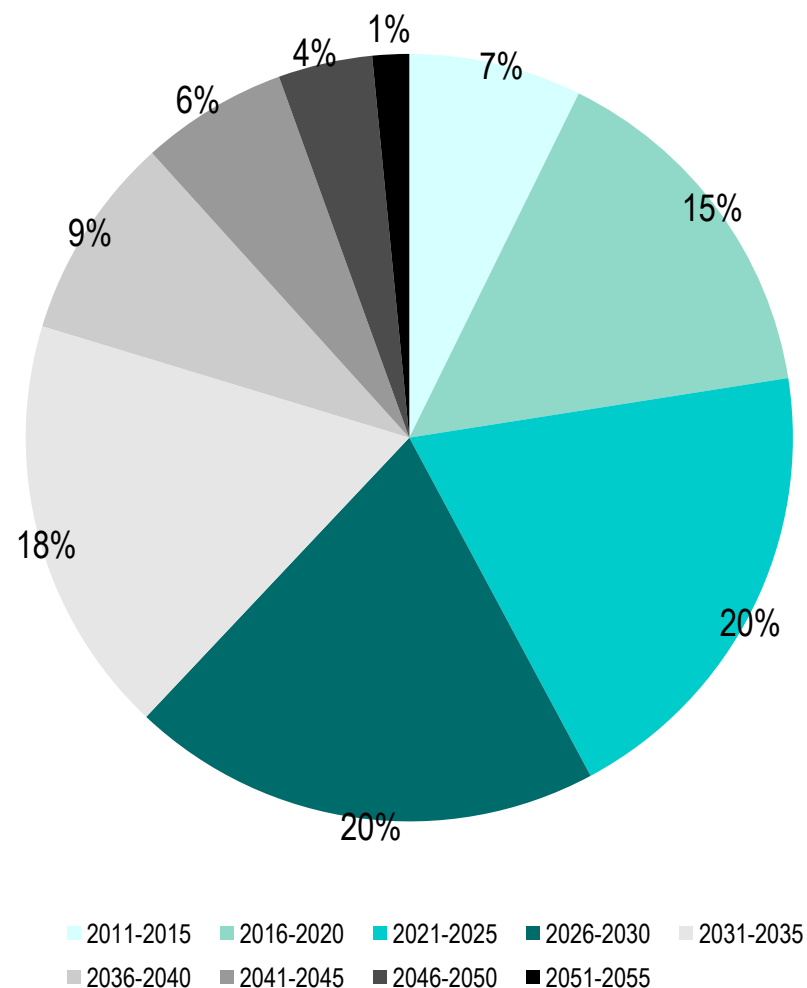
Berufsbild	Teilnehmer/-innen	Ergebnis im Ø	Anmerkungen
Verwaltungsfachangestellte/r	4	7,86 Punkte (ausreichend)	• Eine Prüfung wurde erst bei Wiederholung (+ ein Ausbildungsjahr) bestanden.
Verwaltungswirt/in (ehem. mittlerer Dienst)	10	8,74 Punkte (befriedigend)	• Zwei Prüfungen wurden erst bei Wiederholung (+ ein Ausbildungsjahr) bestanden. • Zwei Ausbildungen wurden vor Ende abgebrochen und sind daher in der Durchschnittsnote nicht berücksichtigt.
Verwaltungs(betriebs)wirt/in B. A. (ehem. gehobener Dienst)	6	9,37 Punkte (befriedigend)	• Eine Zwischenprüfung musste wiederholt werden. • Eine Prüfung wurde auch nach Wiederholung nicht bestanden.
Fachinformatiker/in, Fachrichtung Systemintegration	2	Note 3,0	• keine

1.7 Personalfluktuatation

Ausgehend von einem durchschnittlichen Renteneintrittsalter von 65 Jahren werden in den nächsten 10 Jahren (2011-2020) 102 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Landkreises Wesermarsch in den Ruhestand gehen. Das entspricht einem Prozentsatz von 22,51. Anschließend steigt die Zahl der regulären Verrrentungen in 5-Jahres-Schritten um jeweils knapp 90 Bedienstete an, sodass bis Ende 2030 mehr als die Hälfte, d. h. 62,03 % aller Arbeitsplätze neu zu besetzen sein werden.

Renteneintritte in Zahlen

2011 bis 2015 = 33 MA	2031 bis 2035 = 80 MA
2016 bis 2020 = 69 MA	2036 bis 2040 = 30 MA
2021 bis 2025 = 89 MA	2041 bis 2045 = 28 MA
2026 bis 2030 = 90 MA	2046 bis 2050 = 18 MA



2. Werbekonzept – die Zielgruppen erreichen

Ein qualifiziertes Werbekonzept ist heutzutage unabdingbar, um sich als Ausbildungsbehörde auf dem Ausbildungsmarkt behaupten zu können.

Infolge der demografischen Entwicklung zeichnet sich ein steigender Personalbedarf der Kreisverwaltung in den kommenden Jahren ab (vgl. Daten zur Fluktuation unter 1. Ausgangssituation). Dem wachsenden Bedarf an Auszubildenden stehen sinkende Schülerzahlen gegenüber. Diese gegenläufige Entwicklung verstärkt die Konkurrenz beim Wettbewerb um qualifizierte Auszubildende.

Ausbildungs-
marktsituation
macht
qualifiziertes
Werkonzept
unabdingbar!

Durch zielgerichtete Werbung kann der Landkreis Wesermarsch auf sich und auf die Vorteile einer qualifizierten und reizvollen Ausbildung im öffentlichen Dienst aufmerksam machen. Themen wie die Vielfältigkeit der Ausbildung, ggf. die Vorteile eines dualen Studiums, flexible Arbeitszeiten, geregeltes Einkommen oder Vereinbarkeit von Familie und Beruf sind zu nutzen, um sich gegenüber anderen Arbeitgebern klar zu positionieren und eventuell vorhandene Vorurteile abzubauen. Besonders wichtig ist, dass diese Werbung in einem **professionellen und zielgruppenorientierten** Rahmen betrieben wird.

2.1 Zielgruppen

Zu den in der Kreisverwaltung angebotenen Ausbildungsplätzen zählen Ausbildungsberufe als

- Verwaltungsfachangestellte/r
 - Verwaltungswirt/in
(Kreissekretäranwärter/innen, Laufbahngruppe 1, ehemals mittlerer Dienst)
 - Verwaltungs(betriebs)wirt/in, Bachelor of Arts
(Kreisinspektoranwärter/innen, Laufbahngruppe 2, ehemals gehobener Dienst)
 - Fachinformatiker/in, Fachrichtung Systemintegration
- und
- Hygienekontrolleur/in.

Da die Ausbildung für Fachinformatikerinnen und Fachinformatiker sowie für Hygienekontrolleurinnen und Hygienekontrolleure lediglich in Intervallen von drei Jahren angeboten wird, tritt die Ermittlung dieser Zielgruppen in den Hintergrund. Das Hauptaugenmerk wird auf die Zielgruppe der Auszubildenden zum/zur Verwaltungsfachangestellten sowie in der Laufbahngruppe 2 gelegt.

Für die Ausbildung als Verwaltungsfachangestellte/r und Verwaltungswirt/in ist jeweils ein Realschulabschluss oder ein als gleichwertig anerkannter Bildungsabschluss notwendig. Neben guten

Zielgruppe
Haupt- und
Realschule

Noten in Deutsch und Mathematik, welche das Beherrschen der Deutschen Sprache in Wort und Schrift sowie die Grundlagen der Mathematik beinhalten, sind Zuverlässigkeit, Belastbarkeit und angemessenes Auftreten gegenüber Bürgerinnen und Bürgern erforderlich. Die Schülerinnen und Schüler der 9. und 10. Klassen der Haupt- und Realschulen sind für diese Ausbildungsberufe die Hauptzielgruppe.

**Zielgruppe
(Fach-)
Gymnasien**

Einstellungsvoraussetzung, um die Ausbildung bzw. den dualen Studiengang Verwaltungsbetriebswirtschaft oder Verwaltungswirtschaft mit Abschluss „Bachelor of Arts“ zu absolvieren, ist das Abitur, die Fachhochschulreife oder ein als gleichwertig anerkannter Bildungsstand. Ferner müssen die Bewerberinnen und Bewerber die deutsche Staatsangehörigkeit oder die eines EU-Mitgliedslandes besitzen sowie am Einstellungstag nicht älter als 40 Jahre (Schwerbehinderte 45 Jahre) sein.

Aufgrund der genannten Einstellungsvoraussetzungen ist die Zielgruppe im Bereich der 10. bis 12. Klassen der Gymnasien bzw. Fachgymnasien zu finden.

**Zielgruppen-
orientierte
Werbung
erforderlich!**

Resultierend aus den verschiedenen Schulformen, die die potenziellen Bewerberinnen und Bewerber besuchen, unterscheiden sich die Schülergruppen durch den erreichten Bildungsstand, die definierten Zukunftsziele, das Alter und die damit verbundene Mobilität sowie weitere Basiskompetenzen.

Um die Gewinnung von qualifizierten Auszubildenden für die Kreisverwaltung sicherzustellen, müssen Werbemaßnahmen zielgruppenorientiert durchgeführt werden. Im Folgenden stellen wir Wege und Möglichkeiten dar, wie diese Zielgruppen erreicht werden können.

2.2 Werbemaßnahmen

Um die oben genannten Zielgruppen anzusprechen, ist es wichtig, Werbemaßnahmen so einzusetzen, dass der Personenkreis erreicht wird, der sich durch die Werbung angesprochen fühlen soll. Zunächst müssen Aufmerksamkeit und Neugierde geweckt werden und die Werbemaßnahmen auf die speziellen Bedürfnisse junger Menschen ausgerichtet sein.

Den Ergebnissen der Schülerbefragung der KGSt¹ zufolge, ist „Spaß an der Arbeit“ 84,5 % der Befragten besonders wichtig, bei der Suche nach einem Ausbildungsplatz. „Übernahmechancen“ (39,8 %) oder „Ausbildungsgehalt“ (37,4 %) u.ä. werden erst nachrangig benannt. Bei den Faktoren, die die Berufswahl beeinflussen, wurden wieder „Spaß an der Arbeit“ (73,8 %) aber auch „Arbeitsplatzsicherheit“ (48,9%) genannt. Die Wichtigkeit dieser Aspekte ist bei der Anwerbung von Auszubildenden besonders zu berücksichtigen.

**Hoher
Stellenwert:
„Spaß an der
Arbeit“!**

¹KGSt-Materialien Nr. 7/2010

gen.

Darüber hinaus ist zu beachten, welche Informationsquellen Schülerinnen und Schüler im Berufswahlprozess vorrangig nutzen. Laut der eben genannten Studie der KGSt ist das Internet das am häufigsten genutzte Medium, daneben spielen Eltern, Freunde und Bekannte sowie das Praktikum eine besondere Rolle bei der Berufsorientierung. Die Tageszeitung wird insgesamt von 30,9 % der Befragten genutzt. Zwar greift jede/-r zweite Gymnasiast/-in täglich zur Zeitung, mit abnehmendem Bildungsniveau erreicht die Tagespresse aber weniger Schüler. Auf die Werbung und Ausschreibung über die Tageszeitungen sollte also – insbesondere im Hinblick auf das duale Studienangebot – nicht verzichtet werden.

2.2.1 *Motto – den Wiedererkennungswert steigern*

Um das Auftreten des Landkreises als Ausbildungsbehörde interessanter zu gestalten, ist ein passendes, einprägsames Motto zu entwickeln oder entwickeln zu lassen. Auf Grundlage dieses Mottos ist das Werbekonzept weiter auszubauen.

Es wird empfohlen, die Entwicklung des Mottos einer professionellen Werbeagentur zu überlassen, welche Erfahrungen mit dem Wettbewerb auf dem Ausbildungsmarkt hat.

*Motto:
Bekanntheits-
grad erhöhen!*

Der Leitspruch „Land am Wasser“ könnte in diesem Zusammenhang wieder aufleben und als Grundidee dienen. Eine Gestaltung in Anlehnung an dieses Motto und an das Design des Landkreis-Logos in grün und blau, würde den Wiedererkennungswert steigern und ein einheitliches Erscheinungsbild der Kreisverwaltung gewährleisten.

2.2.2 *„Marke“ Ausbildung – der Ausbildung einen gesonderten Stellenwert einräumen*

Das Thema Ausbildung ist als wichtiger Bestandteil der Personalentwicklung in der Kreisverwaltung zu integrieren, sollte aber dennoch einen gesonderten Stellenwert haben. Dies kann erreicht werden, indem beispielsweise das neue Motto in die Kopfzeile des Briefbogens integriert wird. Das Motto ist in interne wie externe Schreiben zum Thema Ausbildung einzufügen, um so intern den Stellenwert der Ausbildung zu stärken und ebenso extern und kontinuierlich für den Landkreis als Ausbildungsbehörde zu werben.

Das Design der Ausschreibungen in den örtlichen Tageszeitungen sowie im Internet usw. ist ebenfalls unter Einbindung des Mottos anzupassen.

Darüber hinaus ist das Thema Ausbildung unter Einsatz des Mottos

vermehrt in die Öffentlichkeitsarbeit des Landkreises einzubinden.

2.2.3 Plakate und Broschüren – das Ausbildungsangebot publizieren

*Plakate:
auf den 1. Blick
punkten!*

Um die Werbung für den Landkreis als Ausbildungsbehörde öffentlichkeitswirksam auszubauen, ist es sinnvoll, Plakate zu entwerfen bzw. entwerfen zu lassen. Diese müssen an das Farbmuster angelehnt sein und das Motto (Wiedererkennungswert) enthalten. Durch die Einbindung von passenden Bildern, wirken die Plakate anziehend und wecken das Interesse der Zielgruppe. Als Motive für aussagekräftiges Bildmaterial können beispielsweise aktuelle Auszubildende gewählt werden. Es wird jedoch empfohlen, das Bildmaterial professionell erstellen zu lassen.

Aktuelle Ausschreibungsdaten sollten nicht in die Plakatgestaltung einfließen, um keine alljährlich wiederkehrenden Kosten entstehen zu lassen. Der Fokus ist auf allgemeine Informationen zur Ausbildung beim Landkreis sowie auf die Internetadresse zu legen. Sinnvollerweise sollte die Agentur, welche das Motto entwickelt, auch mit dem Entwurf von Plakaten beauftragt werden.

Zeigt ein/e potenzielle/r Auszubildende/r Interesse an einer Ausbildung beim Landkreis Wesermarsch, ist es vorteilhaft, kleine Broschüren bzw. Handzettel an die Hand geben zu können. Diese Bro-

*Broschüren:
ansprechend
informieren!*

schüren müssen auf den ersten Blick ansprechend und professionell erscheinen und ein handliches Format haben. Sinnvoll ist es, das Design der Broschüren an die Gestaltung der Plakate anzulehnen, um den Wiedererkennungswert zu steigern. Inhaltlich sollten die wesentlichen Informationen zu den verschiedenen Ausbildungsberufen des Landkreises, gegliedert nach den jeweils erforderlichen Schulabschlüssen, sowie allgemeine Informationen zum Landkreis Wesermarsch enthalten sein. Wichtig sind eine übersichtliche und prägnante Gestaltung der enthaltenen Texte und die Eckdaten: Homepage-Adresse, Erreichbarkeit des Ansprechpartners/der Ansprechpartnerin für den Bereich Ausbildung, evtl. Angaben zum Bewerbungsverfahren, ggf. weiterführende Links (Berufsschule, Studieninstitut, Fachhochschule u. ä.). Zu empfehlen sind kurze Erfahrungsberichte oder sonstige Ergänzungstexte von Auszubildenden (mit Foto).

Neben dem gezielten Einsatz der Broschüren auf Messen und in persönlichen Gesprächen, sind die Informationshefte in der Kreisverwaltung sowie in Schulen und ähnlichen Institutionen auszulegen und darüber hinaus auf der Homepage zum Download bereitzustellen.

Bei der Plakat- und Broschüregestaltung sollte zudem beachtet werden, dass diese geschlechterneutral ist. Mädchen wie Jungen müssen sich gleichermaßen angesprochen fühlen. Bei den Bewer-

berzahlen für den dualen Studiengang Verwaltungs(betriebs)-wirtschaft waren in den vergangenen Jahren die männlichen Bewerber überrepräsentiert, bei den Bewerbungen zum/zur Verwaltungsfachangestellten waren wesentlich mehr weibliche Interessentinnen dabei. Es ist zu überlegen, ob hier über gesonderte Werbemaßnahmen entsprechend gegengesteuert werden kann/soll.

**Werbemittel:
die Botschaft
verstärken!**

2.2.4 Werbeartikel –

Interesse wecken und Kontakte knüpfen

Um die Aufmerksamkeit von potenziellen Auszubildenden zu gewinnen, können passende Werbeartikel eingesetzt werden. Über zielgerichtet und zielgruppenorientiert eingesetzte Werbemittel kann sich die Kreisverwaltung als Ausbildungsbehörde präsentieren und eine Imageverbesserung erreichen.

**Durch
Werbemittel
„einfangen“.**

Werbematerial dient dazu, den Bekanntheitsgrad und Sympathien zu steigern, aber auch dazu, Kontakte zu knüpfen. Präsentiert sich der Landkreis beispielsweise auf der Berufsfindungsmesse, kann ein „pfiffiger“ Werbeartikel dazu führen, dass viele Messebesucherinnen und -Besucher an den Stand herantreten und sich Gespräche entwickeln.

Ein Werbeartikel hat die Aufgabe, eine Botschaft zu übermitteln, eine positive Einstellung zu erzeugen und diese nachhaltig im Be-

wusstsein zu verankern. Das eingesetzte Werbematerial sollte also einen Bezug zur Kreisverwaltung haben, aber nicht „verstaubt“ wirken. Als „Grundausrüstung“ im Bereich Werbemittel sind zu empfehlen: Schreibutensilien (Kugelschreiber, Bleistifte), Mousepads, Tragetaschen, Handsocken, Schlüsselbänder, Bonbons in Landkreis-Papier u.ä. Zu speziellen Gelegenheiten, bei denen sich die Kreisverwaltung als Ausbildungsbehörde präsentiert, besteht die Möglichkeit „Aktionsartikel“ einzusetzen, die zum Anlass passen und auch einmal individueller, also besonders ins Auge stechend, ausfallen können.

Selbstverständlich sollen alle Werbeartikel die „Marke“ Ausbildung widerspiegeln (Wiedererkennungswert).

Ein konzeptionell richtig eingesetzter Werbeartikel, kann jeden Bereich des Werbekonzeptes zum Thema Ausbildung unterstützen bzw. alle Initiativen verstärken.

2.2.5 Messen –

das Ausbildungsangebot präsentieren

Gut zu vermarkten sind die vorgenannten Plakate und Werbemittel auf Messen sowie auf anderen Veranstaltungen zum Thema Ausbildung. Hier Präsenz zu zeigen, bietet eine gute Möglichkeit, Werbung persönlicher zu gestalten. Auf diesem Weg können interes-

*Messen:
persönlich
informieren
und
überzeugen!*

sierte Personen fachgerecht und zielgerichtet auf die Vielseitigkeit der Ausbildung beim Landkreis Wesermarsch – je nach angestrebtem Ausbildungszweig – hingewiesen werden. Durch den direkten Kontakt besteht die Chance, ein realistisches und positives Bild der vielfältigen Tätigkeitsfelder und Ausbildungsmöglichkeiten in einer Kommunalverwaltung zu vermitteln.

Es hat sich herausgestellt, dass der persönliche Kontakt zu potenziellen Auszubildenden besonders wichtig ist. In den vergangenen Jahren auf der Berufsfindungsmesse gesammelte Erfahrungen zeigen, dass es notwendig ist, „Überzeugungsarbeit“ im persönlichen Gespräch zu leisten, um Wissenslücken und Vorurteile zur Ausbildung im öffentlichen Dienst abzubauen. Pluspunkte, monetärer (z.B.: Lehrmittelzuschuss, z.T. Fahrtkostenerstattung o.ä.) wie auch ideeller Art (Fortbildungsmöglichkeiten, Arbeitszeitgestaltung, u.ä.), können aufgezeigt werden. Über das persönliche Gespräch haben Interessierte, die einen Ausbildungsplatz suchen, zudem die Möglichkeit, gezielt festzustellen, ob die Ausbildung beim Landkreis Wesermarsch den eigenen Wünschen und Neigungen entspricht.

2.2.6 Infotage –

Werbung persönlich gestalten

Über Infotage zum Thema Ausbildung hat der Landkreis Wesermarsch – ähnlich wie auf Ausbildungs-Messen – die Möglichkeit, für

*An Infotagen
in Schulen
beteiligen!*

sich als Ausbildungsbehörde zu werben. Vorteil dieser Form der Öffentlichkeitsarbeit ist, dass auf Fragen, Vorbehalte und Unsicherheiten unmittelbar eingegangen und umfassend sowie zielgruppenorientiert über die unterschiedlichen Ausbildungszweige informiert werden kann. Hemmschwellen würden so leichter überwunden und es könnte eine zielgerichtete Beratung – je nach Qualifikation, Fähigkeiten und Interessen – erfolgen.

Eine Möglichkeit ist, sich an Infotagen, welche in Schulen oder sonstigen Bildungseinrichtungen und Institutionen stattfinden, zu beteiligen. Vorteilhaft dabei wäre, dass bei diesen Veranstaltungen auch Auszubildende gewonnen werden können, die nicht von vornherein Interesse an einer Ausbildung in der Kreisverwaltung hatten, jedoch durch das persönliche Gespräch angeworben werden können.

Grundsätzlich sollte berufsspezifisch an den jeweiligen Schulen geworben werden, für den dualen Studiengang an den Gymnasien, für die Ausbildung zum/zur Verwaltungsfachangestellten an den Haupt- und Realschulen.

*Eigene
Infotage
durchführen.*

Eine andere Möglichkeit ist, eigene Infotage oder eine Informationsmesse im Kreishaus zu organisieren. Die Einladung könnte neben der allgemeinen Öffentlichkeitsarbeit direkt an die Zielgruppen über die Schulen ausgesprochen werden. Über einen eigenen Infotag würde sich die Kreisverwaltung nach außen öffnen und sich

durch die Präsentation „vor Ort“ bürgernah zeigen. Zu beachten ist jedoch, dass intern bisher wenig Erfahrungen mit der Vorbereitung und Durchführung solcher Veranstaltungen gemacht wurden. Es ist zu erwarten, dass der Organisationsaufwand – zeitlich und finanziell – recht hoch ist.

*Bewerber-
training
anbieten.*

In Verbindung mit einem Infotag könnte zudem ein Bewerbungstraining angeboten werden. Dieses Instrument wird von vielen Betrieben als Dienstleistung angeboten, um Jugendlichen die Bewerbung zu erleichtern und im Idealfall zu erreichen, dass sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer bei ihnen bewerben. Aufgrund fehlender Erfahrungen der Kreisverwaltung auf diesem Gebiet, wäre externe Unterstützung durch spezialisiertes Fachpersonal notwendig. Darüber hinaus ist eine große Teilnehmerzahl an einem Bewerbertraining im Kreishaus natürlich kein Garant für viele Bewerbungen um einen Ausbildungsplatz. Das Angebot eines solchen Trainings könnte lediglich zu Werbezwecken dienen.

Aufgrund des hohen Aufwandes wird die Durchführung eines Bewerbungstrainings nur empfohlen, wenn sich Kooperationen nutzen lassen, wie beispielsweise ein gemeinsames Bewerbertraining aller benachbarten Behörden oder ähnliches. Zwar brächte ein derartiger Zusammenschluss eine Konkurrenz der Kooperationspartner um die Trainingsteilnehmerinnen und Teilnehmer mit sich, ein gemeinsames Angebot hätte jedoch eine größere, werbewirksamere Au-

ßenwirkung und Synergien könnten genutzt werden.

2.2.7 Kooperationen –

Kontakte aufbauen und nutzen

*Zielgruppen
direkt in den
Schulen
erreichen!*

Um verstärkt und zielgruppenorientiert über die Ausbildungsberufe des Landkreises Wesermarsch und die Voraussetzungen, die eine Bewerberin oder ein Bewerber erfüllen sollte, zu informieren, ist es sinnvoll, Kontakte zu Schulen auf- und auszubauen. Auf diesem Weg können potenzielle Auszubildende gezielt während des Übergangs von der Schule hin zu einer Ausbildung auf die Möglichkeit einer Ausbildung in der Kreisverwaltung aufmerksam gemacht werden. So können auch Gruppen erreicht werden, die oftmals eine Arbeit in der Verwaltung erst gar nicht in Betracht ziehen, wie beispielsweise Jugendliche mit Migrationshintergrund. Diese jungen Menschen zählen sich selbst häufig nicht zur Gruppe derer, die für einen solchen Beruf in Frage kommen könnten, obwohl sie sich nie über die Arbeit im öffentlichen Dienst informiert haben. Wenn eine Jugendliche oder ein Jugendlicher mit Migrationshintergrund beispielsweise für ein Praktikum gewonnen werden könnte und es würde sich daraus ggf. eine Ausbildung entwickeln, könnte der Landkreis damit einerseits einen Beitrag zur gesellschaftlichen und beruflichen Integration leisten und andererseits einen Nutzen aus den interkulturellen Kompetenzen ziehen.

In den unterschiedlichen Schulformen werden zu gegebener Zeit die angehenden Schulabgängerinnen und -Abgänger auf die Ausbildung oder das Studium vorbereitet und das Thema Berufsorientierung wird in den Unterricht aufgenommen. Für 39,3 % der befragten Schülerinnen und Schüler im Rahmen der KGSt-Studie ist die Schule bzw. der Berufswahlunterricht eine wesentliche Informationsquelle bei der Ausbildungsplatzsuche.² Durch eine vermehrte Zusammenarbeit mit den Schulen, könnten zu geeigneter Zeit direkt Kontakte zu den vorgenannten Klassen geknüpft werden, z.B. durch folgende Maßnahmen:

- ✿ Vorstellung der Arbeit in der Kreisverwaltung
- ✿ Vorstellung der Kreisverwaltung im Rahmen der Vorbereitung für die Schülerpraktika
- ✿ Teilnahme an Infotagen zum Thema Ausbildung in Schulen
- ✿ Aushängen von Plakaten und Auslegen von Flyern den Schulen u.v.m.

Regelmäßig in
den Schulen
werben!

Sind diese Maßnahmen nach den ersten Erfahrungen erfolgversprechend verlaufen, ist eine Regelmäßigkeit in der Umsetzung anzustreben. Die direkte Werbung in den Schulen und die damit verbundenen Maßnahmen wären jährlich zu wiederholen. Auszubildende oder junge Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Kreisverwaltung sollten – soweit möglich – beteiligt und in die Umsetzung der

Kooperations-
partner
finden.

Maßnahmen integriert werden.

Darüber hinaus ist es sinnvoll, weitere Kooperationsmöglichkeiten zu nutzen. Werden Initiativen oder Veranstaltungen zum Thema Ausbildung im Kreisgebiet angeboten und besteht die Möglichkeit, sich diesen anzuschließen oder den Landkreis als Ausbildungsbehörde auf diesem Weg zu präsentieren, sollten diese Gelegenheiten genutzt werden.

Auch ist zu prüfen, ob über eine zielgerichtete Zusammenarbeit mit der Bundesagentur für Arbeit Synergieeffekte zweckdienlich genutzt werden können, um qualifizierte und interessierte Personen für eine Ausbildung beim Landkreis Wesermarsch zu gewinnen. Besonders wichtig wäre die regelmäßige Information über ausgeschriebene Ausbildungsangebote, damit die Berufsberaterinnen und -Berater potenzielle Interessentinnen und Interessenten gezielt auf die Angebote hinweisen und bei Bedarf zusätzliches Informationsmaterial aushändigen können.

2.2.8 Internet – die Zielgruppe erreichen

Der Bereich Ausbildung ist auch im Internetauftritt des Landkreises stärker hervorzuheben. Das Internet ist für 81,9 % der Schülerinnen und Schüler die am häufigsten genutzte Informationsquelle im Be-

²KGSt-Materialien Nr. 7/2010

Internet:
Informations-
medium Nr. 1
nutzen!

rufswahlprozess.³

Auf der Homepage des Landkreises ist vorrangig der Kreis zu repräsentieren. Der Landkreis versteht sich als Dienstleister aber auch als Ausbildungsbehörde. Dem entsprechend ist der Internetauftritt umzugestalten. Verlinkungen zu kreisangehörigen Institutionen sowie zu sonstigen vom Landkreis unterstützen Projekten usw. sollten nachrangig integriert werden. So würde mehr Platz für „kreiseigene Themen“, wie das Thema Ausbildung, geschaffen.

Beispielsweise sei an dieser Stelle der Internetauftritt des Landkreises Ravensburg genannt. Auf der Homepage des Landratsamtes Ravensburg wird direkt auf der Startseite darauf hingewiesen, dass der Landkreis Ausbildungsbehörde ist und man gelangt über nur einen „Klick“ auf die weiterführenden Seiten, wo die unterschiedlichen Ausbildungsberufe ansprechend und übersichtlich dargestellt werden. Professionelle Bilder und zielgruppenorientiert gestaltete sowie inhaltlich überzeugende Flyer runden den positiven Eindruck ab.

Es ist empfehlenswert, die Internet-Adresse auch auf die Plakate und Broschüren (vgl. 2.2.3) drucken zu lassen. Zu beachten ist, dass der Wiedererkennungswert erreicht wird und Plakate, Flyer und Internetauftritt zum Thema Ausbildung auf einander abgestimmt sind.

Die Gestaltung der Homepage des Landkreises befindet sich derzeit in der Überarbeitung. Die o.g. Vorschläge sollten dabei Berücksichtigung finden.

Um vermehrt im Internet gefunden zu werden, ist es ratsam, neben dem eigenen Internetauftritt, in Ausbildungsbörsen, wie beispielsweise „KieKste“ oder „monster.de/Ausbildung“, vertreten zu sein.

In Zukunft könnten darüber hinaus weitere Medien zur Anwerbung von Auszubildenden verwendet werden:

- ✿ Podcasts (kleine Videos), die in die Homepage des Landkreises integriert werden
- ✿ Eröffnung eines Forums zu den Themen Ausbildung und Praktikum beim Landkreis auf der Landkreis-Homepage.

Diese Innovationen würden dazu beitragen, den Landkreis Wesermarsch bei Jugendlichen populärer zu machen.

2.2.9 Praktika –

zukünftige Auszubildende gewinnen

Die Leistungsfähigkeit des öffentlichen Dienstes hängt wesentlich davon ab, dass es auch in Zukunft gelingen muss, geeignete Nachwuchskräfte in ausreichender Zahl einzustellen. Praktika können die Berufsentscheidung positiv beeinflussen, denn ein Praktikum bietet vielen Schülerinnen und Schülern die Möglichkeit, den

³KGSt-Materialien Nr. 7/2010

**Praktikum:
Wichtige
Entscheidungs-
hilfe für
Berufswahl!**

Arbeitsalltag zu erproben und sich über Arbeitsbedingungen in diesem Beruf zu informieren. Auf diesem Weg kann die praktische Arbeit in der Verwaltung kennen gelernt und festgestellt werden, ob man sich in diesem Berufsfeld wohl fühlt und man seine persönlichen Begabungen einbringen kann. Ein abwechslungsreich gestaltetes Praktikum ist also für Viele ein wesentlicher Entscheidungsfaktor für einen Arbeitgeber oder einen bestimmten Ausbildungsgang und damit ein wichtiges Instrument für die Nachwuchsgewinnung. Neben dem Internet, Eltern, Freunden und Bekannten ist das Praktikum laut der KGSt-Studie⁴ eine der am häufigsten genutzten Informationsquellen im Berufswahlprozess. 58,8 % der Befragten gaben an, dass das Praktikum ein wichtiger Faktor bei der Berufswahl ist.

**Angebot und
Nachfrage
abstimmen.**

Die Möglichkeit, ein Praktikum beim Landkreis Wesermarsch abzuleisten, besteht bereits seit geraumer Zeit. Festzustellen ist, dass die Nachfrage nach Praktikumsplätzen beim Landkreis Wesermarsch noch relativ gering ist. In 2010 wurde 21 Praktikantinnen und Praktikanten die Möglichkeit gegeben, ihr Praktikum beim Landkreis Wesermarsch zu absolvieren. Dennoch konnte schon jetzt nicht auf alle Anfragen eingegangen werden, da seitens vieler Organisationseinheiten angegeben wird, dass nicht genügend Kapazitäten für Praktikantinnen und Praktikanten vorhanden seien.

2010 musste sechs jungen Menschen eine Absage erteilt werden, da es für sie in dem gewünschten Zeitraum keine Einsatzmöglichkeit gab. Um zu vermeiden, dass an einem Praktikum Interessierte aufgrund langer Wartezeiten einen anderweitigen Praktikumsplatz annehmen, ist eine kurzfristige Rückmeldung aus den Organisationseinheiten auf die Anfrage des Fachdienstes 10 notwendig. Auch ist eine Ungleichverteilung der Praktikantinnen und Praktikanten infolge dessen, dass einige Organisationseinheiten häufig und andere selten zur Aufnahme einer Praktikantin bzw. eines Praktikanten bereit sind, zu vermeiden.

Die Praktikantinnen und Praktikanten beurteilten das Praktikum in der Kreisverwaltung sehr unterschiedlich. Von Aussagen wie „sehr abwechslungsreiche Arbeit, das hätte ich gar nicht gedacht“ bis „langweilige Aufgaben“ oder „niemand hat sich wirklich um mich gekümmert“ war alles vertreten.

**Praktika:
Qualität
steigern!**

Der Landkreis Wesermarsch sollte Praktika anbieten und so positiv für sich und die Verwaltungsberufe werben. Um qualitativ gute Praktika anbieten zu können, ist vorab intern der Stellenwert eines Praktikums anzuheben, denn die Praktikanten sind „unsere Auszubildenden von Morgen“. Dies schließt ein, dass in jeder Organisationseinheit zu gewährleisten ist, dass ständig ein Arbeitsplatz für eine Praktikantin oder einen Praktikanten zur Verfügung steht und somit jeder Zeit eine Praktikantin/ ein Praktikant zugeteilt werden

⁴KGSt-Materialien Nr. 7/2010

könnte. Angebotene Praktikumsplätze sollten sorgfältig vorbereitet, ggf. in einem Praktikumsplan festgelegt werden und die durchgehende Betreuung durch eine Kollegin oder einen Kollegen sichergestellt sein, da es sich zumeist um sehr junge Menschen handelt, die bisweilen nur den Schulalltag kennen. In jeder Organisationseinheit könnte eine vergleichbare Aufgabenmappe wie für Auszubildende vorgehalten werden (vgl. 4.6), in welcher Aufgaben und Fragenkataloge zum Landkreis allgemein sowie Beispiele und Musterfälle aus dem Zuständigkeitsbereich enthalten sind. Zu beachten ist, dass ein Praktikanten-Arbeitsplatz nicht den gleichen Ansprüchen zu genügen hat, wie ein Auszubildenden-Arbeitsplatz. Für eine Praktikantin bzw. einen Praktikanten sind ein kleiner Arbeitsplatz und einfachere Tätigkeiten ausreichend. Er/sie soll nur einen Eindruck von der Arbeit in der öffentlichen Verwaltung bekommen.

Es ist verstärkt auf die Qualität und Quantität des Angebotes an Praktikumsplätzen zu achten, um folgenden Entwicklungen entgegen zu wirken:

**Praktika:
Außenwirkung
beachten!**

- ✿ Unzufriedenheit von Interessentinnen und Interessenten, die keinen Praktikumsplatz bekommen haben
- ✿ Unzufriedenheit von Praktikantinnen und Praktikanten, die mit der Qualität des Praktikums nicht zufrieden waren, da ausschließlich niederwertige Tätigkeiten abzuleisten waren, keine Abwechslung geboten wurde o.ä.

- ✿ kein Interesse qualifizierter Praktikantinnen und Praktikanten an einer anschließenden Ausbildung aus den vorgenannten Gründen
- ✿ schlechter Ruf des Landkreises als Ausbildungsbehörde infolge von negativer Berichterstattung der Praktikantinnen und Praktikanten in den Schulen/Freundeskreisen

Damit gewährleistet werden kann, dass zukünftig eine hohe Nachfrage in Bezug auf Praktikumsplätze erreicht werden kann, ist es unerlässlich zu werben. Um Aufwand und Kosten zu sparen, können Hinweise auf das Angebot an Praktikumsplätzen in die oben genannten Maßnahmen (Internetauftritt, Plakate, Flyer, Messen, Kontakte zu Schulen) einfließen.

2.3 Kostenabschätzung

Die vorgeschlagenen Werbemaßnahmen bringen vorrangig Personalkosten und Zeitaufwand für die zuständige(-n) Person(-en) mit sich. Der Aufwand ist abhängig davon, in welchem Ausmaß die oben vorgeschlagenen Maßnahmen umgesetzt werden.

Die Ausgestaltung und Umsetzung des Werbekonzeptes ist im FD 10 anzusiedeln.

Für den Bereich Werbeartikel wird empfohlen, für eine erste "Grundausstattung" 1.000,- € zur Verfügung zu stellen. In den

Folgejahren sollten jeweils 500,- für die Beschaffung von Werbemitteln eingeplant werden.

Um die entstehenden Kosten insgesamt im Rahmen zu halten, ist auf ein zeitloses Design von Plakaten, Flyern, Werbeartikeln, usw. zu achten. Auf diese Weise können jährlich wiederkehrende Kosten für Aktualisierungen bzw. Umgestaltungen vermieden werden.

Die nötigen Finanzmittel für professionelle werbliche Maßnahmen im Bereich Ausbildung lassen sich nicht genau beziffern. Um einen ungefähren Kostenrahmen abzustecken, ist mit folgendem finanziellen Aufwand zu rechnen:

Entwicklung eines eigenständigen Logos zum Thema Ausbildung	ca. 600,- €
--	-------------

Entwicklung von 2 Postern (1 Verwaltungsfachangestellte und 1 Verwaltungs(betriebs)wirte)	ca. 700,- € (zzgl. Druckkosten)
--	------------------------------------

Fotoshooting (1 Fototag für 6-8 Hauptmotive)	ca. 1.500,- €
--	---------------

Entwicklung einer kleinen Ausbildungsbroschüre (ca. 6 Seiten)	ca. 2.400,- € (zzgl. Druckkosten)
--	--------------------------------------

Die Erstellung von themenbezogenen Broschüren ist auch für die Kreisverwaltung kostenneutral umsetzbar, wenn man mit Verlagen zusammenarbeitet, die die Broschürenerstellung über Werbeakqui-

se finanzieren. Im Rahmen einer solchen Zusammenarbeit erstellte professionelle Bildaufnahmen wären ebenso mit keinen zusätzlichen Kosten verbunden.

Eine Möglichkeit um Kosten zu sparen wäre, auf die Professionalisierung bezüglich des Mottos, der Plakate, Fotos sowie Flyer zu verzichten und die Gestaltung mit den vorhandenen Personalkapazitäten in der Kreisverwaltung zu leisten. Davon wird jedoch abgeraten, da der Anspruch, sich mit der Öffentlichkeitsarbeit und offensiven Werbung anderer Ausbildungsbetriebe messen zu können, zunehmend schwerer erreichbar wäre.

Insbesondere bei jungen Menschen zählt der erste Eindruck, auch wenn es um die Suche nach einem Ausbildungsplatz geht.

3 Darstellung –

Imagepflege von Innen nach Außen

Eine grundsätzlich positive Außendarstellung des Landkreises Wesermarsch ist maßgeblich dafür, dass sich Personen, die auf der Suche nach einem Ausbildungsplatz sind, von der Kreisverwaltung als potenziellem Arbeitgeber angesprochen fühlen. Zunächst muss die Kreisverwaltung überhaupt als Ausbildungsbetrieb wahrgenommen werden.

Der Begriff „positive Darstellung“ umfasst neben der Presse- und

Mitarbeiter-
innen und
Mitarbeiter
repräsentieren
den Landkreis!

Öffentlichkeitsarbeit auch das Auftreten der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Kreisverwaltung, welche den Landkreis nach außen repräsentieren. Je nachdem, ob sie ein positives oder negatives Verhältnis zu ihrem Arbeitgeber haben, „werben“ sie positiv oder negativ für den Landkreis.

Im Folgenden sind einige Faktoren benannt, die die Darstellung der Kreisverwaltung beeinflussen.

3.1 Identifikation

Grundvoraus-
setzung:
Identifikation!

Um eine positive Darstellung der Kreisverwaltung erreichen zu können, ist eine Grundvoraussetzung, dass sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit dem Landkreis identifizieren. Die Identifikation mit dem Arbeitgeber ist insbesondere von den im Folgenden beschriebenen Faktoren abhängig.

3.1.1 Motivation – die Außenwirkung verbessern

Im Sinne des Leitbildes sind motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Schlüssel zu einer hohen Kundenakzeptanz und damit auch zu positiver Außenwirkung. Motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter identifizieren sich gerne mit ihrem Arbeitgeber, wenn sie das Gefühl haben, dass sie und ihre Arbeit vom anerkannt werden

Vorbildfunktion
aller
Mitarbeiter-
innen und
Mitarbeiter.

und sie mit ihrem Arbeitsumfeld zufrieden sind. Das Ziel aus dem Leitbild „Die Motivation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter soll gesteigert werden“ ist daher mit Nachdruck weiter zu verfolgen, denn Motivation und Identifikation hängen eng zusammen.

Die Führungskräfte haben hier eine wichtige Vorbildfunktion gegenüber den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Ihre Aufgabe ist es, die Identifikation mit der Kreisverwaltung selbst auszustrahlen und die Identifikation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durch den Führungsstil aktiv zu fördern. Darüber hinaus umfasst die Vorbildfunktion der Führungskräfte die Wertschätzung von Auszubildenden. Diese spiegelt sich u.a. in der Bereitschaft wieder, Auszubildende sowie auch Praktikantinnen und Praktikanten im eigenen Fachdienst zu beschäftigen.

Gleichermaßen haben alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eine große Vorbildfunktion gegenüber Auszubildenden und Praktikanten im Hause sowie gegenüber den Kundinnen und Kunden. Auszubildende und Praktikanten berichten in ihrem Umfeld, welche Erfahrungen sie mit ihren etwaigen zukünftigen Kolleginnen und Kollegen gemacht haben und welchen Eindruck sie von der Kreisverwaltung an sich haben. Diese Außenwirkung darf nicht unterschätzt werden.

3.1.2 Kommunikation– den Informationsfluss ausbauen

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können sich nur mit der Kreisverwaltung identifizieren, wenn sie über interne Abläufe und aktuelle Geschehnisse informiert sind. Eine transparente interne Kommunikation sowie eine regelmäßige Information der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter tragen dazu bei, dass das Vertrauen zum Arbeitgeber und die Zufriedenheit mit dem Arbeitsplatz wachsen. Zu diesem Zweck ist eine „interne Öffentlichkeitsarbeit“ aufzubauen. Themen von internem Interesse sind beispielsweise:

- ✿ Dienstjubiläen u.ä.,
- ✿ im Kreishaus stattfindende Veranstaltungen,
- ✿ Bilder- oder Themenausstellungen im Kreishaus,
- ✿ Beteiligung des Landkreises an Projekten/Initiativen,
- ✿ den Landkreis betreffende Themen, die in der örtlichen Tagespresse relevant sind,
- ✿ Pressemitteilungen aus den Fachdiensten, überarbeitet für die interne Information.

Die interne Information ist im Referat 91 (Pressestelle und Geschäftszimmer) zu erarbeiten und intern zu publizieren.

Die Aufgabe der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, sich regelmäßig über Laufwerk K:\ sowie über die Homepage der Kreisverwaltung

über Neuigkeiten, Geschehnisse oder Entscheidungen der Gremien des Kreistages zu informieren, kann und soll durch Ausweitung der „internen Öffentlichkeitsarbeit“ nicht ersetzt werden.

Eine Mitarbeiterinformation muss nicht aufwändig gestaltet sein. Es soll auch kein Konkurrenzprodukt zur quartalsweise erscheinenden Personalrats-Info entstehen. Vielmehr ist ein Informationsmedium von Arbeitgeberseite zu installieren, das unabhängig von einem Turnus zu aktuellen Anlässen alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kurz in Kenntnis setzt. Ein übersichtlicher E-Mail-Newsletter mit einzelnen Neuigkeiten wäre vollkommen ausreichend und brächte nur einen geringen Zeitaufwand ohne zusätzliche Kosten mit sich.

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich integriert und informiert fühlen, verhalten sich in Gesprächen mit Familie, Freunden und Bekannten loyal gegenüber dem Arbeitgeber und „werben“ so für den Landkreis Wesermarsch – auch für die Kreisverwaltung als Ausbildungsbetrieb.

3.2 Öffentlichkeitsarbeit

Über die Lokalpresse hat der Landkreis die Möglichkeit, sich mittels Pressemitteilungen positiv ins Gespräch zu bringen und die Außen-darstellung der Kreisverwaltung zu ihren Gunsten zu beeinflussen. Dieser Kommunikationsweg ist auszubauen und zielführender zu

**Kommuni-
kation:
regelmäßige
Informationen
an Mitarbeiter-
innen und
Mitarbeiter!**

nutzen, um auf diesem Wege das Interesse potenzieller Auszubildender zu wecken.

Themen für Pressemitteilungen müssen nicht grundsätzlich von hoher Bedeutung sein, sondern können auch eine positive Werbung für den Landkreis zum Gegenstand haben. Wichtig ist, dass Presseinformationen sehr aktuell und nicht allgemein gehalten sind, sondern einen möglichst starken regionalen Bezug haben, damit sie für die örtliche Presse interessant sind. Allgemeinere Themen können beispielsweise regionalisiert werden, indem die Situation im Landkreis zu diesem Thema aufgegriffen und/oder aufgezeigt wird, warum das Thema wichtig für die Wesermarsch ist.

*Positive
Werbung durch
regelmäßige
Presse-
mitteilungen.*

Die Anregungen zu Pressemitteilungen sind direkt in den Fachdiensten zu formulieren und an die Pressestelle weiter zu geben. Dort wird die Presseinformation aufbereitet und an die lokalen Redaktionen weitergeleitet sowie über die Homepage des Landkreises veröffentlicht. Darüber hinaus könnte die Mitteilung von der Pressestelle auch für die interne Information der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (vgl. 3.1.2) überarbeitet und allen Bediensteten zur Information zugeleitet werden.

Eine häufige Medienpräsenz der Kreisverwaltung über positive Presse kann zum Einen ihr Image verbessern, zum Anderen aber auch das Wissen über die Vielfältigkeit der Aufgaben einer Kommunalverwaltung verbessern.

Auf die Frage, was Schülerinnen und Schüler "vom öffentlichen Dienst halten" und "ob es besondere Gründe dafür gibt" zeigte sich unter den Befragten der KGSt-Studie⁵ ein überwiegend klischeehaftes Bild, obwohl nur knapp ein Fünftel der Schülerinnen und Schüler persönliche Erfahrungen mit einer Kommunalverwaltung gesammelt hatten. Allein aufgrund des Mangels an Erfahrungen und Kenntnissen steht also ein großer Teil der potenziellen Auszubildenden dem öffentlichen Dienst ablehnend gegenüber. Dieser Problematik kann mittels der Umsetzung des Werbekonzeptes (s.o.) aber auch über kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit im Allgemeinen entgegen gewirkt werden.

4 Grundsätze – eine gute Ausbildung bieten

Um eine qualifizierte Ausbildung im öffentlichen Dienst zu gewährleisten, ist einerseits das Bemühen der Auszubildenden erforderlich, andererseits aber auch das Wissen von Ausbilderinnen und Ausbildern sowie der Ausbildungsbeauftragten (Leiter/innen der Organisationseinheiten), wie sie mit Auszubildenden umzugehen haben und welche Rechte und Pflichten beiderseits bestehen.

Schon bei der Wahl des Ausbildungsplatzes ist Schülerinnen und

⁵KGSt-Materialien Nr. 7/2010

Schülern durchaus wichtig, dass der Ausbildungsbetrieb eine gut strukturierte Ausbildung bietet, so das Ergebnis der Schülerbefragung der KGSt⁶, wo immerhin 29,4 % der Befragten antworteten, dass ihnen dieses Kriterium besonders wichtig sei.

Der Ausbildungsleitung (angesiedelt im Fachdienst 10) obliegt nach den Ausbildungsrichtlinien des Landkreises Wesermarsch (ORGA-Verfügung 07/09) die Regelung und Überwachung der Ausbildung.

Ausbildungsbeauftragte sind die Leitungen der jeweiligen Organisationseinheiten. Sie legen die Lernziele und Lerninhalte in einer Ausbildungsplatzbeschreibung für jeden Ausbildungsplatz fest und benennen die Ausbilderinnen und Ausbilder für den mittleren und den gehobenen Dienst. Sie sind für die praktische Ausbildung am Arbeitsplatz verantwortlich und binden auch andere Sachbearbeiterinnen und Sachbearbeiter in die Aufgabenverteilung ein. Im Krankheitsfall oder bei Urlaubsantritt ist für eine ständige Vertretung zu sorgen.

4.1 Ausbildertätigkeit

Derzeit ist die Ausbildertätigkeit an eine bestimmte Stelle geknüpft, nicht an eine Person. Die Auswahl der Ausbilderinnen und Ausbilder trifft grundsätzlich die Leitung der Organisationseinheit im Rahmen

ihrer Personal- und Organisationshoheit innerhalb des Verantwortungsbereiches.

Diese Befugnisse der Fachdienst- und Referatsleitungen sollen nicht eingeschränkt werden, dennoch ist zu überlegen, ob die Auswahl der Ausbilderinnen und Ausbilder stärker personifiziert - also arbeitsplatzunabhängig - getroffen werden sollte. Es ist zu vermeiden, dass jemand infolge eines Arbeitsplatzwechsels eine Ausbildertätigkeit zu übernehmen hat, obwohl der- bzw. diejenige kein Interesse an der Ausbildung hat oder keine Eignung als Ausbilderin bzw. Ausbilder besitzt.

*Ausbilder-
tätigkeit:
Bindung an
geeignete
Personen.*

Aus diesen Gründen wird vorgeschlagen, die Aufgabe als Ausbilderin oder Ausbilder stärker an geeignete Personen zu binden. Es werden folgende Empfehlungen zur Auswahl der Ausbilderinnen und Ausbilder gegeben:

- ✿ es sollte Fachkompetenz im Bereich Ausbildung vorhanden sein oder geschaffen werden (Schulung/Fortbildung, Ausbildereignung)
- ✿ die Tätigkeit als Ausbilderin bzw. Ausbilder sollte den persönlichen Neigungen entsprechen, die Person sollte also eine persönliche Eignung/Festigung vorweisen und gerne Umgang mit jungen Menschen haben
- ✿ es sollte ein persönliches Interesse an der Ausbildertätigkeit bestehen, meldet sich jemand freiwillig zur Übernahme

⁶KGSt-Materialien Nr. 7/2010

einer solchen Aufgabe, sollte dies soweit möglich berücksichtigt werden

- ✿ die Ausbilderin bzw. der Ausbilder sollte wenn möglich in Vollzeit in der Kreisverwaltung beschäftigt sein oder eine vergleichbare Regelung geschaffen werden, so dass während der Kernzeiten grundsätzlich eine Ansprechpartnerin oder eine Ansprechpartner für die Auszubildenden erreichbar ist

Die fachlichen Kompetenzen im jeweiligen Tätigkeitsfeld der Ausbilderinnen und Ausbilder sind somit nicht vordergründig. Es wird davon ausgegangen, dass jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter in der Organisationseinheit – der jeweiligen Qualifikation entsprechend – befähigt wäre, Auszubildenden Fachwissen zu vermitteln. Schließlich sollen alle Sachbearbeiterinnen und Sachbearbeiter den Ausbilder bzw. die Ausbilderin unterstützen und können unmittelbar in den Ausbildungsprozess eingebunden werden.

Angemessene
persönliche und
räumliche Nähe
verbindet.

4.2 Verbindendes

Die Kompetenz der Ausbilderinnen und Ausbilder besteht darin, Wissen und Können zu vermitteln, aber auch die Beziehung zu den Auszubildenden so zu gestalten, dass sie den Ausbildungs- und Lernprozess positiv unterstützen und steuern. Der Ausbildungserfolg kann nicht ausschließlich durch Informationen und theoretische

Lehrinhalte erreicht werden, sondern wird auch durch soziale Kontakte beeinflusst. Während der Ausbildung können diese Sicherheit, Zuwendung und Anerkennung vermitteln. Deshalb liegt einer der Ansatzpunkte zum Lernerfolg auf der Beziehungsebene.

Da die Ausbilderinnen und Ausbilder die Hauptansprechpartner für die Auszubildenden sind, ist eine adäquate **persönliche Nähe** auf dienstlichem Gebiet förderlich für den Ausbildungsverlauf. Trotz alledem ist darauf zu achten, dass im Hinblick auf die hierarchischen Strukturen eine angemessene Distanz auf privater Ebene bestehen bleibt. Auszubildende haben den Ausbilderinnen und Ausbildern mit Respekt zu begegnen, was jedoch auch umgekehrt gilt. Grundsätzlich sollte daher beachtet werden, dass Höflichkeitsformen, wie gegenseitiges „Siezen“, bestehen bleiben und eingehalten werden. Selbstverständlich wird eine derartige Umgangsform mit den Auszubildenden auch von den weiteren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erwartet (vgl. 4.3).

Neben dem angemessenen persönlichen Näheverhältnis zwischen Ausbilderinnen / Ausbildern und Auszubildenden ist auch eine **räumliche Nähe** anzustreben.

Generell sollten Auszubildende nicht alleine in einem Büro sitzen. Idealerweise sollte der Platz des/der Auszubildenden im direkten Umfeld der Ausbilderin/ des Ausbilders sein. Auf diesem Weg können Auszubildende alltägliche Bürgerkontakte, Gespräche mit Kol-

leginnen und Kollegen, die Einhaltung des Datenschutzes, den Umgang mit Kundinnen und Kunden am Telefon sowie sonstige Vorgänge mitverfolgen und erlernen. Zudem ist eine Hilfestellung jeder Zeit gewährleistet.

Des Weiteren muss ein ständiger, eigener, ausreichend ausgestatteter Arbeitsplatz für Auszubildende in jeder Organisationseinheit vorhanden sein. Sinn einer Ausbildung in den unterschiedlichen Bereichen, die die Auszubildenden durchlaufen, ist es nicht, dass sie als Urlaubsvertretung oder „Springer“ eingesetzt werden und immer gerade auf dem Platz sitzen, der zu dem Zeitpunkt nicht besetzt ist.

Es ist anzustreben, dass ein dementsprechender „Standard“ in allen Organisationseinheiten geschaffen wird.

4.3 Vorbildfunktion

Vorbildfunktion:
klare
Verhaltens-
regeln schaffen.

Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben den Auszubildenden gegenüber ein Vorbild zu sein, um ihnen damit den Einstieg in das Berufsleben zu erleichtern und die nötigen Umgangsformen im Alltag einer Verwaltung zu vermitteln. Dies gilt in den unterschiedlichsten Bereichen. Gerade zu Beginn der Ausbildung ist es notwendig, dass den Auszubildenden klare Verhaltensregeln mitgegeben werden, beispielsweise die interne Pausenregelung, Kundenfreundlich-

keit, Anklopfen, Verlässlichkeit, einer Tätigkeit im öffentlichen Dienst entsprechende Kleidung oder angemessene Höflichkeitsformen z.B. „Siezen“.

Selbstverständlich ist, dass diese Verhaltensregeln nicht nur vermittelt, sondern auch von den Ausbildungsbeauftragten und Ausbilderinnen und Ausbildern sowie von allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern vorgelebt werden, denn alle sind Vorbilder. Sollte es Probleme geben, ist die Fachdienst- bzw. Referatsleitung angehalten, regulierend einzugreifen.

4.4 Lob- und Kritikgespräche

Die Motivation bzw. Verhaltenssteuerung von Auszubildenden stellt eine der Kernaufgaben der Ausbildung dar. Aus diesem Grund gilt es, gewünschte Verhaltensweisen zu verstärken, Neigungen und Fähigkeiten herauszufiltern und zu fördern sowie Fehlverhalten aufzuzeigen, Schwächen zu analysieren und abzubauen. Lob und konstruktive Kritik sind in diesem Zusammenhang unverzichtbare Instrumente.

Allen Ausbildungsbeauftragten ist der Umgang mit Lob- und Kritikgesprächen durch ihre Position als Führungskraft bekannt. Sie führen regelmäßig diese Art von Gesprächen mit ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Sollen jedoch Ausbilderinnen und Ausbilder diese

Gespräche führen, ist zu berücksichtigen, dass viele von Ihnen bestimmte Gesprächsmethoden gar nicht kennen oder noch nie nutzen mussten. Eine entsprechende Schulung ist empfehlenswert.

Grundsätzlich ist zunächst die Erwartungshaltung an die Auszubildende bzw. den Auszubildenden festzulegen. Denn bevor Anerkennung und Kritik wirksam eingesetzt werden können, ist es unerlässlich, die Anforderungen an die Auszubildenden in Bezug auf die Arbeitsqualität, -quantität, Sozialverhalten oder Verhalten in Problemsituationen je nach Ausbildungsjahr zu definieren. Erst das so ermittelte Anforderungsprofil ist anschließend der Auszubildenden bzw. dem Auszubildenden im Rahmen eines Gesprächs darzustellen. So gewinnt diese/dieser Klarheit über die erwarteten Leistungen und Verhaltensweisen.

*Lob- und
Kritikgespräche
wirken
verhaltens-
steuernd.*

Lob und Kritik erfüllen nur dann ihren verhaltenssteuernden Zweck, wenn Auszubildende den Eindruck haben, dass sie ehrlich gemeint sind. Dies gilt insbesondere für die Anerkennung. Es wäre daher gut, wenn Lob gelegentlich auch durch die Ausbildungsbeauftragten oder die Ausbildungsleitung ausgesprochen wird. Es fördert das Selbstbewusstsein der Auszubildenden, das Selbstwertgefühl und beeinflusst den zukünftigen Ausbildungsverlauf positiv. Dabei muss immer das individuelle Leistungs- und Anspruchsniveau der Auszubildenden berücksichtigt werden. Dinge, für die leistungstarke Auszubildende gelobt werden, stellen für diese eventuell eine

Selbstverständlichkeit dar, für leistungsschwächere Auszubildende jedoch nicht. Auch vergleichendes Lob bzw. vergleichende Kritik sind in ihrer Anwendung problematisch. Zwar wird hierdurch eine Person hervorgehoben, jedoch ist damit stets die Entwertung der Arbeit einer anderen verbunden.

4.5 Anerkennung

*Ausbilder-
tätigkeit ein
wichtiger
Bestandteil der
Personal-
entwicklung.*

Die Arbeit der Ausbilderinnen und Ausbilder sollte besonders anerkannt werden, da sie einen wesentlichen Beitrag zur Personalentwicklung beim Landkreis Wesermarsch leisten.

Die Wertschätzung für die Ausbildertätigkeit kann grundsätzlich dadurch ausgedrückt werden, dass den Ausbilderinnen und Ausbildern ausreichend Zeiträume für den Bereich Ausbildung geschaffen werden. Auf diese Weise würde den Ausbilderinnen und Ausbildern der Stellenwert der Ausbildung und die Wichtigkeit des Aufgabengebietes signalisiert.

Besonders wichtig für die Motivation der Ausbilderinnen und Ausbilder ist, dass ihre Tätigkeit innerhalb der Organisationseinheit Anerkennung findet. Zum Einen dadurch, dass die Arbeit als Ausbilderin oder Ausbilder durch die Leitung – zugleich Ausbildungsbeauftragte – wertgeschätzt wird. Zum Anderen durch die Mithilfe der Kolleginnen und Kollegen, beispielsweise indem die Ausbilderin bzw. der

Ausbilder bei der Aufgabenfindung für Auszubildende unterstützt wird.

Des Weiteren sind die Ausbilderinnen und Ausbilder neben den Ausbildungsbeauftragten so weit wie möglich in alle die Ausbildung beim Landkreis betreffenden Themen einzubinden.

Schließlich könnte geprüft werden, ob es möglich ist, einen „Bonus“, auch außerhalb der Beurteilung, für die mit der Ausbildung betrauten Personen zu schaffen.

4.6 Allgemeines

Die Ausbildungsrichtlinie über die Berufsausbildung beim Landkreis Wesermarsch, ORGA-Verfügung 07/09 mit dem Stand November 2009 ist im „Laufwerk K“ unter dem Pfad K: \ ORGA \ Organisationsverfügungen \ 2009 \ 07-09 aufrufbar. Die Ausbildungsrichtlinien befassen sich mit allen Berufen, für die der Landkreis eine Ausbildung anbietet. Es wird u.a. auf die Ausbildung im Allgemeinen, die rechtlichen Grundlagen, die Zuständigkeiten bei der Aufgabenverteilung, das Führen eines Berichtsheftes und auf die Beurteilung der Auszubildenden eingegangen.

Es ist notwendig, dass alle Leiterinnen und Leiter der Organisationseinheiten diese Richtlinien kennen und verinnerlichen. Falls eine Auszubildende oder ein Auszubildender Fragen zu seiner Ausbil-

dung hat, sollte verbindlich Auskunft erteilt werden können, ohne dass Umwege über den Fachdienst 10 in Anspruch genommen werden müssen.

Selbstverständlich sind die Ausbildungsbeauftragten sowie die Ausbilderinnen und Ausbilder angehalten, sich über das Fortbildungsangebot zum Thema Ausbildung zu informieren, z.B. auf der Seite des Niedersächsischen Studieninstitutes (www.nsi-hannover.de).

Vorbildliche Ausbilderinnen und Ausbilder informieren sich und andere fachkundig sowie verbindlich. Ihr gesamtes Wirken muss auf die Organisation einer reibungslosen Ausbildung ausgerichtet sein. Um dies zu unterstützen, wird vorgeschlagen, dass zukünftig neben den Ausbildungsbeauftragten auch alle Ausbilderinnen und Ausbilder vor Ort über die jährlichen Einsatzpläne und interne Fortbildungsangebote vom FD 10 informiert werden. Darüber hinaus wird mindestens einmal jährlich ein Forum zum Erfahrungsaustausch für die Ausbilderinnen und Ausbilder von dort initiiert.

**Zugehörigkeits-
gefühl
vermitteln.**

Um gleich von Anfang an ein Zugehörigkeitsgefühl zu vermitteln, sollten bereits während der Einführungstage der neuen Auszubildenden einige der Ausbildungsbeauftragten aus den einzelnen Organisationseinheiten mit einbezogen werden. Durch eine kurze Darstellung, eine Präsentation oder einen mündlichen Vortrag über ihren Fachdienst durch den/die jeweilige/-n Ausbildungsbeauftragte/-n könnten die „neuen“ Auszubildenden aus erster Hand erfah-

ren, welche Aufgaben sie an ihrem ersten Einsatzort erwarten. Ganz nebenbei würde die positive Grundeinstellung der jungen Menschen bezüglich ihrer Ausbildung weiter ausgebaut, da allein durch die „Zeitnahme“ Wertschätzung und Interesse von Seiten der Verwaltung an ihrer Ausbildung verdeutlicht wird.

**Wichtigste
Grundlage im
öffentlichen
Dienst:
Kunden-
orientierung!**

Alle mit dem Bereich Ausbildung betrauten Personen haben den Auszubildenden zu vermitteln, dass Kundenorientierung nach innen und nach außen eine der wichtigsten Grundlagen für eine Tätigkeit im öffentlichen Dienst ist.

Zudem sind allen Auszubildenden die hierarchischen Strukturen innerhalb der Kreisverwaltung (allgemeiner Dienstweg, Organigramm) sowie die Grundsätze der Aktenführung und ähnliches zu vermitteln.

Ausbilderinnen und Ausbilder arbeiten mit den Auszubildenden zusammen und lassen sie nicht mit ihren Aufgaben alleine (Kontrolle und Hilfestellung), klären Konflikte rechtzeitig und helfen den Auszubildenden somit, sich weiterzuentwickeln. Im Gegenzug muss die Selbstständigkeit, an den jeweiligen Ausbildungsstand angepasst, gefördert werden.

In jeder Organisationseinheit sollte eine Aufgabenmappe für Auszubildende vorgehalten werden, in welcher Aufgaben und Fragenkataloge zum Landkreis allgemein sowie Beispiele und Musterfälle aus dem Zuständigkeitsbereich enthalten sind. Mittels einer solchen

**Auf
Auszubildende
vorbereitet sein.**

Arbeitsgrundlage könnten Auszubildende auch in Zeiten, in denen keine aktuellen Aufgaben für sie anfallen, beschäftigt werden. Außerdem wäre die Organisationseinheit so auch in der Lage kurzfristig eine Auszubildende oder einen Auszubildenden aufzunehmen, da bereits Aufgabenmaterial für die ersten Tage vorhanden wäre. (Eine vergleichbare Arbeitsmappe könnte auch für Praktikantinnen und Praktikanten bereitgehalten werden).

5 Ergebnisse – Vorschläge und Handlungsempfehlungen

Seit 2007 stellt der Landkreis Wesermarsch jährlich immer mehr Auszubildende ein. Dieser Trend sollte im Hinblick auf die demografische Entwicklung auch zukünftig weiter verfolgt werden. Hinzu kommt, dass sich infolge der zu erwartenden Fluktuation in der Kreisverwaltung in den kommenden Jahren ein großer Personalbedarf abzeichnet (vgl. 1.7).

In der Kreisverwaltung gibt es bereits einige Voraussetzungen für die Gewährleistung einer qualifizierten Ausbildung im öffentlichen Dienst sowie für die Anwerbung von Auszubildenden, welche jedoch nicht ausreichend genutzt werden.

Der Ausbildung ist, als ein wesentlicher Baustein der Personalentwicklung, ein entsprechender Stellenwert einzuräumen. Dies

schließt ein, dass entsprechende Ressourcen bereitgestellt werden, damit das Ziel, qualifizierte Auszubildende zu gewinnen, erreicht werden kann.

Um im Wettbewerb um qualifizierte Nachwuchskräfte mithalten zu können, ist nach Ansicht der Projektgruppe eine offensivere Werbung unabdingbar. Zudem ist es wichtig, die Öffentlichkeitsarbeit im Bereich Ausbildung zu professionalisieren, um wettbewerbsfähig gegenüber anderen Ausbildungsbehörden und -Betrieben zu bleiben. Ziel ist es zum Einen, vermehrt als Ausbildungsbehörde wahrgenommen zu werden und zum Anderen, das Image des öffentlichen Dienstes zu verbessern sowie Vorurteile und Informationsdefizite abzubauen.

Für die Umsetzung des Werbekonzeptes und der damit verbundenen Maßnahmen (vgl. 2.2.1 – 2.2.9) sind finanzielle und personelle Mittel notwendig. Auf die Werbekostenprognose wurde unter 2.3 bereits eingegangen. Darüber hinaus hält es die Projektgruppe für notwendig, ausreichend Personal für die Organisation der Werbemaßnahmen, Pflege und Aufbau von Kooperationen, Ausbildungs- und Praktikumsplanung im Haus, Planung eines regelmäßigen Erfahrungsaustausches der Ausbilderinnen und Ausbilder, Kontaktpflege mit den Auszubildenden und weitere mit dem Bereich Ausbildung verbundene Aufgaben bereit zu stellen. Derzeit ist vorgesehen, dass die Aufgaben der Ausbildungsleitung 30 % der Zeitanteile

der zuständigen Person ausmachen. Es wird vorgeschlagen, zukünftig stattdessen eine halbe Stelle (20 Stunden) für diesen Bereich einzuplanen. Gerade zu Beginn der Umsetzung des von der Projektgruppe erarbeiteten Konzeptes ist ein hoher Zeitaufwand erforderlich. Folgende Aufgaben müssten bewältigt werden

- ✿ ein Motto entwickeln und publizieren (2.2.1, 2.2.2)
- ✿ Werbemaßnahmen umsetzen (2.2.3 – 2.2.6)
- ✿ stärkeren Fokus auf Ausbildung im Internetauftritt schaffen (2.2.8)
- ✿ Kooperationen auf- und ausbauen (2.2.7)
- ✿ Ausbildungsbeauftragte und Ausbilder/-innen über das Ausbildungskonzept informieren (4.1 – 4.6)

Doch auch langfristig brächte die Umsetzung des Ausbildungskonzeptes und die Fortschreibung entsprechend der zukünftigen Entwicklung einen höheren Personalaufwand mit sich.

Die Publikation des vorgeschlagenen Ausbildungskonzeptes und die entsprechende Sensibilisierung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für den Bereich Ausbildung halten die Projektgruppenmitglieder für sehr wichtig. Auch ein überzeugendes und gut umgesetztes Werbekonzept kann sein Ziel nicht erreichen, wenn intern der Stellenwert von Ausbildung und Praktikum nicht entsprechend mitgetragen wird.

Die Faktoren der Identifikation mit der Kreisverwaltung und die Vor-

bildfunktion der Führungskräfte sowie aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und insbesondere der Ausbilderinnen und Ausbilder werden oft unterschätzt. Auch sie sind maßgeblich, um in der Gesamtheit dem Anspruch, eine qualifizierte Ausbildung vorhalten zu können, gerecht zu werden. Um das Ausbildungskonzept zu publizieren und Akzeptanz unter den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu schaffen sowie um darauf hinzuweisen, dass jedes Mitglied der Kreisverwaltung einen Anteil an der Außendarstellung des Landkreises auch als Ausbildungsbehörde hat, sollte das Projektergebnis alle Beteiligten erreichen:

- ✿ die Fachdienstleitungen/Ausbildungsbeauftragten (bspw. über die Fachdienstleiterkonferenz)
- ✿ den Personalrat
- ✿ alle Mitarbeiter/-innen (über einen Umlauf oder ein Informationsschreiben)
- ✿ alle Ausbilder/-innen (über eine Informationsveranstaltung).

Damit das Gesamtkonzept auf Grundlage einer soliden Basis umgesetzt werden kann, ist es notwendig, dass der Ausbildung in der Kreisverwaltung ein hoher Stellenwert eingeräumt wird und sie Akzeptanz findet. Das Ziel "Gewinnung von qualifizierten Auszubildenden" kann somit nur erreicht werden, wenn alle einzelnen Schwerpunkte des Konzepts ineinandergreifen. Im Zusammenspiel der Faktoren

- ✿ Stellenwert und Selbstverständnis der Ausbildung in der Kreisverwaltung,
- ✿ Aufbau und Umsetzung sowie Fortschreibung des Ausbildungskonzeptes sowie
- ✿ Umsetzung und Ausbau der Werbestrategie

leistet jeder Bestandteil einen wesentlichen Beitrag für die langfristige Zielerreichung.

Die Projektgruppe

Maurice Böschen

- Auszubildender -

Sabrina Fleuch

- Referat 91 - Projektleiterin

Ines Mannagottera

- Fachdienst 10 - Ausbildungsleiterin

Patrick Reusch

- Fachdienst 36 - Jugend- und Auszubildendenvertreter

Edda Schommartz

- Fachdienst 53 - Ausbilderin

[illegible]

