

Sachsen

Nachwuchskampagne gestartet

[03.04.2019] Eine Nachwuchskampagne für den öffentlichen Dienst hat der Freistaat Sachsen gestartet. Damit soll unter anderem der bevorstehende Generationenwechsel in der Verwaltung begleitet und vorbereitet werden.

Unter der Marke „MACH WAS WICHTIGES - Arbeiten im Öffentlichen Dienst Sachsen“ wirbt der Freistaat künftig ressortübergreifend um Nachwuchs- und Fachkräfte. Der Schwerpunkt der Kampagne liegt laut einer Pressemeldung der Sächsischen Staatskanzlei auf der Online-Kommunikation. Auf der eigens eingerichteten Website erhielten Interessierte einen Überblick über Berufe, die rund 65 verschiedenen Ausbildungs- und Studienmöglichkeiten und alle derzeit mehr als 200 freien Stellen. Darüber hinaus stellten Beschäftigte sich und ihre Aufgaben in Kurzfilmen vor.

Mit der Einführung der Arbeitgebermarke soll nach Angaben der Staatskanzlei der bevorstehende Generationenwechsel in der sächsischen Verwaltung begleitet und vorbereitet werden. Bis zum Jahr 2030 werde rund die Hälfte des Personals im Freistaat altersbedingt ausscheiden. In den kommenden Jahren gingen jeweils zwischen 2.400 und 3.400 Mitarbeiter in den Ruhestand. Amtschef und CIO Thomas Popp sagt: „Die Arbeitgebermarke des Freistaates Sachsen mit der zentralen Botschaft MACH WAS WICHTIGES ist ein weiterer Baustein des von der Sächsischen Staatsregierung auf den Weg gebrachten Maßnahmenpakets, um den Generationenwechsel in der staatlichen Verwaltung aktiv und vorausschauend zu gestalten. Mit der bereits gestarteten Ausbildungsoffensive, den Möglichkeiten zur Nutzung von Demografiebrücken bei anstehenden Altersabgängen und wertschätzenden Maßnahmen gegenüber unseren Mitarbeitern sind wir hier bereits auf einem guten Weg.“

Die Arbeitgebermarke wurden laut Staatskanzlei in einer ressortübergreifenden Arbeitsgruppe in Zusammenarbeit mit der Berliner Agentur Ballhaus West als Dachmarke entwickelt, um die bei einzelnen Ressorts bereits etablierten Kampagnen optimal einbinden zu können. So sollen sich die Botschaften und Kommunikationsmaßnahmen gegenseitig verstärken. Begleitend zur Website würden an ausgewählten Behördenstandorten mit Publikumsverkehr Plakate und Postkarten werben. Die Dienstfahrzeuge der Fahrbereitschaft brächten die Kampagne auf die Straße. Für die direkte Ansprache der Zielgruppen seien Präsentationen der Arbeitgebermarke bei Veranstaltungen wie dem Tag des offenen Regierungsviertels und dem Tag der Sachsen geplant.

Im Rahmen des aktuellen Doppelhaushalts 2019/2020 sind für die Umsetzung der Kampagne jeweils 150.000 Euro vorgesehen, teilt die Staatskanzlei abschließend mit. Diese Maßnahme werde mitfinanziert durch Steuermittel auf der Grundlage des vom Sächsischen Landtag beschlossenen Haushalts.

(ba)

Stichwörter: Personalwesen, Personal-Management, Portale, Recruiting, Sachsen, Thomas Popp