Justiz NRW

Recruiting zeigt Wirkung

[29.01.2020] Bei der Nachwuchsgewinnung setzt die Justiz in Nordrhein-Westfalen auf eine Recruiting-Kampagne in Online- und Offline-Medien. Die Zwischenbilanz nach einem Jahr kann sich sehen lassen: Die Anfragen zu einer Karriere im Justizvollzug lagen im ersten Quartal 2019 höher als im gesamten Jahr 2018.

Die Justiz gehört mit circa 40.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu den größten Arbeitgebern des Landes Nordrhein-Westfalen. Die natürlichen Folgen der demografischen Entwicklung führen zu einem kontinuierlich hohen Personalbedarf, der sich auf alle 27 Berufsbilder in der Justiz NRW erstreckt. Verstärkt wird der Bedarf unter anderem durch von der Landesregierung zusätzlich geschaffene Stellen und außerordentlich entstehende Vakanzen. Demgegenüber steht ein intensiver Wettbewerb um geeignete Nachwuchskräfte, und zwar im richterlichen, staatsanwaltlichen und höheren Justizvollzugsdienst ebenso wie in den Ausbildungsberufen und in den beiden dualen Studiengängen, welche die Justiz NRW anbietet.
Vor diesem Hintergrund hat sich die nordrhein-westfälische Justiz im Jahr 2018 entschieden, mit der ersten landesweiten Marketingkampagne zur Nachwuchsgewinnung das Bewusstsein für die Justiz als attraktiven Arbeitgeber zu schärfen, auf die Personalbedarfe aufmerksam zu machen und insbesondere die in der Öffentlichkeit weitgehend unbekannten Berufe – etwa das Berufsbild der Rechtspfleger – sichtbarer zu machen.
Auf der Grundlage dieser Entscheidung kam es zu einer europaweiten Ausschreibung. Den Zuschlag erhielt die in Düsseldorf ansässige Agentur YeaHR!. Diese ist spezialisiert auf die HR-Herausforderungen in der digitalisierten Arbeitswelt, insbesondere auf datengetriebenes Employer Branding und Recruiting in den digitalen Kanälen. Gemeinsam mit der Agentur wurde in wenigen Monaten ein umfangreiches Konzept entwickelt. Am 21. Januar 2019 startete die Kampagne (wir berichteten).

Den Menschen im Sinn

Zum Start der Recruiting-Kampagne sagte Justizminister Peter Biesenbach: „Die Sinnhaftigkeit der beruflichen Tätigkeit ist heute die stärkste Motivation für die Wahl des Berufes und den Arbeitgeber. Da hat die Justiz.NRW wirklich viel zu bieten. Und deshalb setzt unsere Kampagne genau dort an. Wir werden mit der Kampagne, die öffentlich sichtbar wird, natürlich Aufmerksamkeit erregen. Aber wir brauchen noch mehr. Wir brauchen nämlich die Menschen vor Ort, die deutlich machen, dass das nicht nur Plakate sind. Wir bieten tatsächlich Arbeitsplätze, die attraktiv sind. Wir bieten das, was sich Menschen wünschen: Aufmerksamkeit und einen Sinn in der beruflichen Tätigkeit.“
Die Kommunikation startete mit einer Kampagnenseite im Internet, einer eigenen Stellenbörse, einer neuen Karriere-Website, Stellen- und Image-Anzeigen in On- und Offline-Medien, intensiven Social-Media-Aktivitäten sowie Broschüren zu den diversen Berufsbildern bei der Justiz NRW. Zum Auftakt waren die Kampagnenmotive landesweit auf 1.000 Großflächen sowie im Netz zu sehen.
Zur Etablierung des Kampagnen-Claims „Arbeiten bei der Justiz.NRW. Den Menschen im Sinn.“ wurden vier Dachmotive kreiert. Diese dienen als übergreifende Klammer der zielgruppenspezifischen Recruiting-Kampagnen für die einzelnen Berufsbilder. Sie kommunizieren, dass allen Berufen bei der Justiz.NRW eines gemein ist: Die sinnvolle Arbeit von Menschen für Menschen.

Nutzung von Stellenbörsen

Im Rahmen der Zusammenarbeit zwischen der Justiz NRW und YeaHR! wurde auch ein Leitfaden zum Stellenanzeigenkonzept erstellt. Verglichen mit dem vorherigen Verfahren konnten die Mechanik optimiert, Medienbrüche beseitigt sowie die Anzahl der für den Bewerber erforderlichen manuellen Eingaben von neun auf vier reduziert werden.
Mit Anzeigen in klassischen Stellenbörsen wie Indeed, Monster und Stepstone können das Kosten-Nutzen-Verhältnis gegenüber herkömmlichen Stellenanzeigen optimiert und die Zielgruppen gezielter adressiert sowie der Bewerbungsprozess für Nutzer deutlich vereinfacht werden.
Das Gesamtverfahren erlaubt eine kontinuierliche, datenbasierte Erfolgsmessung. Vollständige Transparenz ist jederzeit gegeben. Die Auswertung der Key Performance Indicator (KPI) macht eine Nachsteuerung, falls erforderlich, zu jedem Zeitpunkt möglich.

#bild2

Beispiel Allgemeiner Vollzugsdienst

Die Tätigkeit im Allgemeinen Vollzugsdienst ist eine sinnvolle Aufgabe an und für Menschen, was mit dem Berufsmotiv „Ich vermittle drinnen Regeln für draußen“ betont wird. Speziell sind allerdings die Rahmenbedingungen. So sind die Arbeitszeiten wenig flexibel, die Nutzung von Social Media am Arbeitsplatz ist nicht möglich und die Locations glänzen auch nicht unbedingt mit offener Architektur. Das gefällt nicht jedem Kandidaten.
Um die relevante Zielgruppe zu identifizieren und Streuverluste zu minimieren, hat YeaHR! den Knast-O-Mat erdacht. Motto: „Arbeiten im Justizvollzug. Ob Du da rein passt, findest Du hier raus“. Das Online-Tool fragt ab, ob ein Interessent in die Welt des Justizvollzugs passt. Es bezieht seinen Charme aus einer Mischung aus frischen Fragen, Spaß, Usability und echter Orientierung. Ein inhaltlich und grafisch interessant gestaltetes Ergebnis vermittelt auf einen Blick, ob man in den Vollzug passt oder nicht. Lokalisierte Werbemittel ergänzen die ehrliche Ansprache, die offen sagt, was man nicht bekommt, aber auch emotional anspricht und den Sinn der Beschäftigung zeigt.
Eingesetzt werden zudem eine interaktive Bannerkampagne, zielgruppenspezifische Stellenanzeigen unterstützt durch eine Google-SEA-Kampagne sowie die beschriebene Facebook-Umfrage mit dem Knast-O-Mat.

Vorläufige Ergebnisse

Die operative Phase der Gesamtkampagne startete im Januar 2019. Abschließende Aussagen über ihren Einfluss auf das Bewerberfeld sind – auch wegen der starken Dezentralisierung in der Justiz NRW – noch nicht möglich. Es liegen aber erste Zwischenergebnisse, insbesondere technische Kennzahlen, vor. Diese sind beachtlich. Zunächst ist, und das war ein zentrales Ziel, die Mitnahme der Dienststellen, Recruiter und Mitarbeiter vor Ort in der Fläche als Kampagnenbotschafter gelungen.
Zudem werden seit dem Launch der neuen Karriereseite 50.000 neue Nutzer pro Monat verzeichnet, auf Facebook wird monatlich eine zusätzliche Reichweite von 100.000 erzielt. Die Anfragen zu einer Karriere im Justizvollzug lagen im ersten Quartal 2019 schon höher als im gesamten Jahr 2018. Allein die bislang zwei berufsbezogenen Teilkampagnen haben eine Reichweite von mehreren Millionen Nutzern in den jeweiligen Zielgruppen.

()

Stichwörter: Personalwesen, Justiz NRW, Personalgewinnung, Recruiting