

Protokoll
AG Öffentlichkeitsarbeit SIEGEL
Videokonferenz
28.04.2021, 10.30 – 12.00Uhr

Teilnehmende: Prof. Dr. Thorsten Bührmann, Lorenz Gaede, Carolin Jenkner-Kruel, Donata Kluxen-Pyta, Yvonne Kohlmann, Stefanie Özmen, Angela Unger, Stefan Wolf

Protokoll: Stefanie Özmen

Anlage: Datenschutzverordnung

1) SIEGEL-Akademie

Angebotspalette: Welche Themen, Angebote könnten wir den SIEGEL-Schulen anbieten?

Die SIEGEL- Akademie soll ein inhaltliches Dach bilden, wo u.a. Träger die Möglichkeit bekommen, mit ihrer Spezifik sichtbar zu werden.

Themen

- Themenfelder und Bereiche sind definiert:
 - Zentrale Zukunftsthemen und Techniken
 - Zukunftskompetenzen – Wandel der Arbeitswelt
 - Digitalisierung
 - Unternehmergeist & Innovationsfreude
 - Bewusst: Nachhaltigkeit & Verantwortung
 - Collaboration

Angebote

- Gute Angebote als Beispiel für die Träger (=Werbung)
- Angebote und Nachfrage von außen und innen
 - Zusammensetzung der Angebote: 40% aus den Regionen, 60% von außen/ vom Bund
 - Angebote setzen an SIEGEL-Kriterien an und bieten einen Mehrwert für die Weiterentwicklung der BO an SIEGEL-Schulen
 - Qualitäts-Kriterien werden festgelegt
- Mehrwert für die SIEGEL-Regionen
 - Chancen für Träger, Angebote wahrzunehmen, die sonst nicht bezahlbar wären oder zu organisieren
 - andere Abrechnungsmöglichkeiten
 - Sichtbarkeit & Wir-Gefühl Stärkung
- Angebote für SIEGEL-Schulen = Wertigkeit für das SIEGEL
- Besetzen von weißen Flecken des Projekts „Starke Schule“
- SIEGEL-Akademie erhält eigene Organisationsstruktur, u.a. für die Organisation der Angebote und Kommunikation extern/intern

Marketing: Wie können wir die Akademie und ihre Angebote in der Öffentlichkeit attraktiv bewerben?

- Netzwerke der SIEGEL-Regionen nutzen
- Vorhandene Medien nutzen: Homepage, Blog, Newsletter, Twitter
- Mundpropaganda: Qualität spricht sich rum

Förderer:

Träger:

2) Social Media

Welche weitere Plattformen, digitaler Technologien und Medien wie Weblogs, Wikis, soziale Netzwerke etc. könnten wir nutzen? Wie geht das? Was kostet das?

Unternehmen benötigen Social Media Marketing, weil „Kunden“ heute eine Kommunikation über Facebook, LinkedIn, Twitter und Co. erwarten. Social Media Netzwerke dominieren unser berufliches und privates Leben. Sie sind heute fester Bestandteil in der integrierten Marketing-Kommunikation.

- Frage nicht nach ob sondern wie:
 - Priorisierung von Plattformen
 - Verteiler in Betracht ziehen (Hootsuit)
 - Zielgruppendefinition
 - Offene, aktive Kommunikation nach außen
 - Einbindung von Institutionen / Partnern
 - Grundstruktur und Konzept soll verfasst werden
 - Claim?

3) Direkte Kommunikation/Ansprache mit SIEGEL-Schulen

Bei welchen Themen sollte sich der Bund direkt an die Schulen der regionalen Netzwerke wenden können?

Eine direkte Kommunikation der Schulen ist für das bundesweite Netzwerk Berufswahl-SIEGEL enorm wichtig, um zentrale Multiplikatoren schnell und tagesaktuell zu erreichen (z.B. die regionalen Jurys)

- Thema Bundestagung
 - Klarheit schaffen was über den Bund kommuniziert wird
 - Kommunikation innerhalb des Netzwerks stärken
- Datenschutzrechtlich konform gehen
 - Checken des eigenen Datenschutzes
 - E-Mail-Adressen der StuBos (direkte Ansprechpartner)
 - Jährliche Abfrage von E-Mail-Adressen und Social-Media-Kanälen

Mögliche Themen

- Schülerwettbewerbe
- SIEGEL-Day
- Bundesweiter Netzwerktag
- Eröffnung SIEGEL-Akademie
- Fortbildungen (z.B. FIT kommt weiter)
- Good-Practice Plattform
- Landingpage

Förderer:



J.P.Morgan

SIEMENS



Träger:

