

## 1. Zielgruppe – was ist die Herausforderung und wie könnte man darauf reagieren?

### Schüler *Verunsicherung-Sicherheit*

- Talente finden, Stärken bewusst sein
  - Gesicherte Zukunft
  - Passenden Arbeitsplatz
  - Durchblick haben
  - Frühzeitige Berufs- und Studienplanung
  - Eigene Stärken erkennen
- 
- Kenntnisse über Berufsbilder gewinnen
  - Orientierung geben
  - Persönliche Begleitung
    - Praktikum
    - Berufsinformation von Leuten die in diesem Berufsfeld arbeiten

### Lehrer *Überforderung-Unterstützung*

- Unterstützer/ guter Ratgeber sein
  - Verfahren, Zugänge für bessere Berufsorientierung
  - Netzwerk/Austausch
  - „Wir sagen Dir wie“
- 
- Link zur beruflichen Wirklichkeit
  - Überblick verschaffen
  - Informationen für zielführendes Handeln

### Eltern *Verunsicherung-Unterstützung/Orientierung*

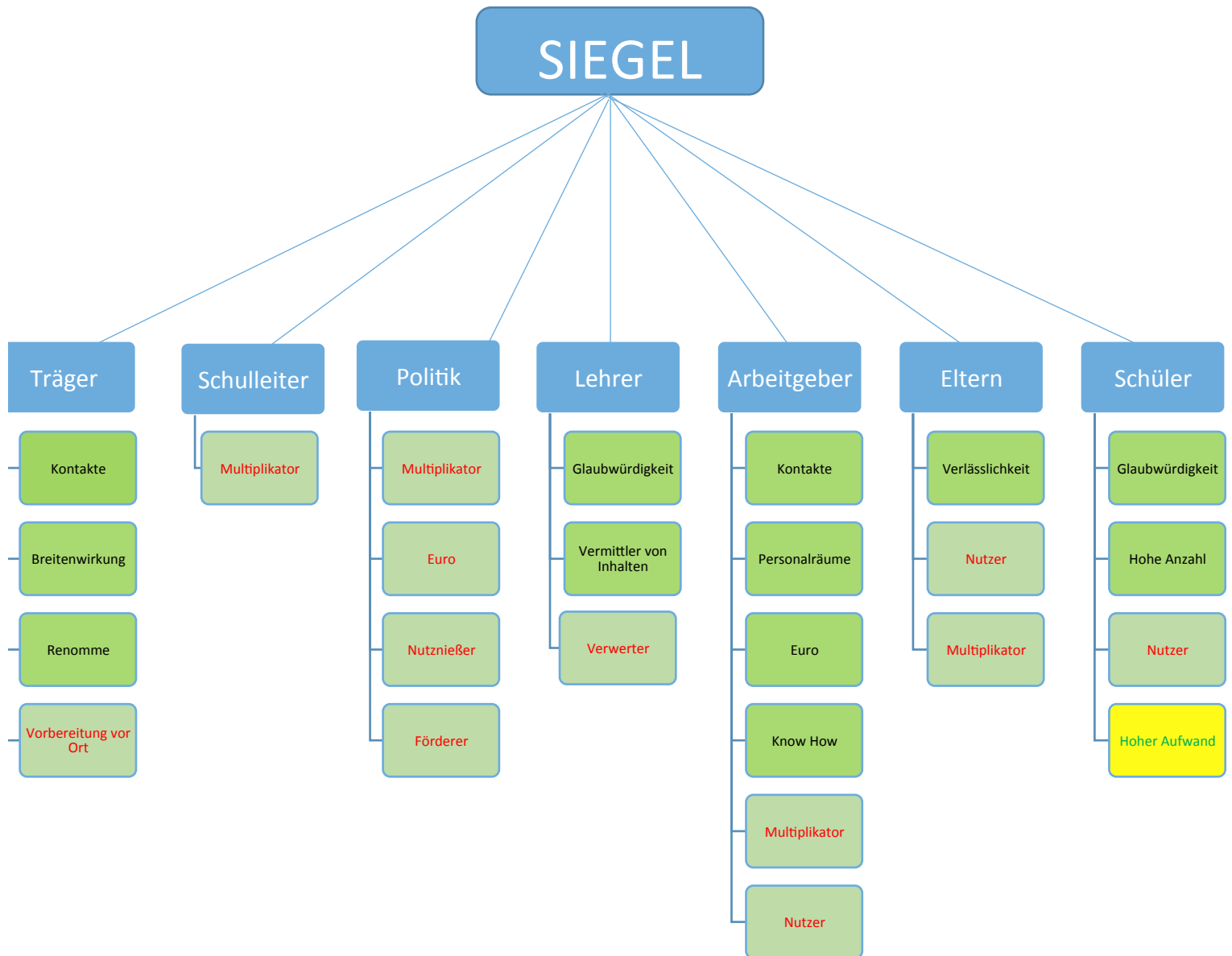
- Kontinuierliche Begleitung der Kinder während der Schulzeit bis zum Berufswunsch
  - Stärken der Kinder aufzeigen
- 
- Selbständigkeit der Kinder
  - Berufe haben, mit dem die Kinder auf eigenen Beinen stehen

## 2. Rollen und Unterstützungsmöglichkeiten



NETZWERK  
BERUFSWAHL  
SIEGEL

SCHULEWIRTSCHAFT  
Deutschland

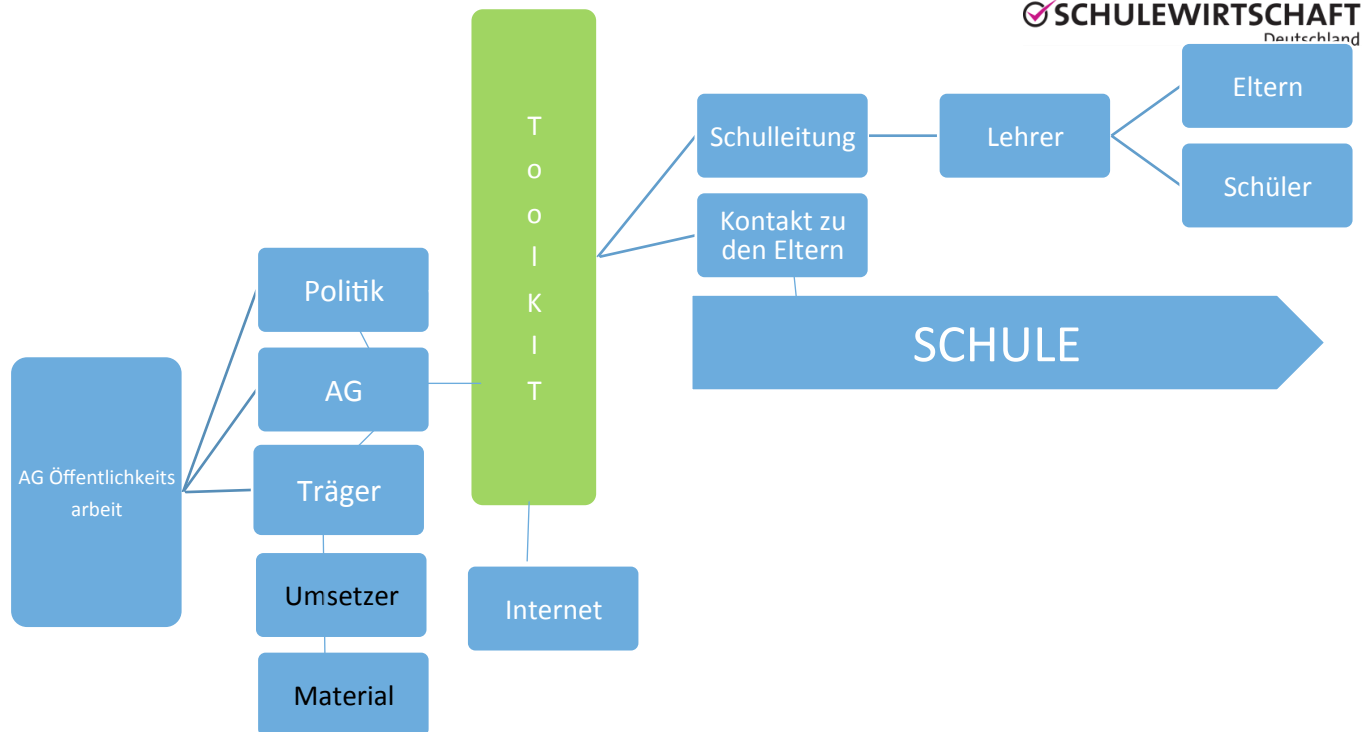




NETZWERK  
BERUFSWAHL  
SIEGEL

SCHULEWIRTSCHAFT  
Deutschland

### 3. Wie initiieren wir den Marketingprozess des SIEGEL?



#### TOOLKIT: Schule

##### Analog

- Roll-Up
- Merchandise-Material zum Selbstkostenpreis

##### Digital

- Arbeitsblatt „Veranstaltung“
- Templates: PPP, Logos etc.
- Kooperationsvertrag
- Konzept
- Vorteile des Siegels
- Kontakte zu Referenten
- Publikationen
- Ansprechpartner
- Designhandbuch & Qualitätsanforderungen



NETZWERK  
BERUFSWAHL  
SIEGEL

 SCHULEWIRTSCHAFT  
Deutschland

## TOOLKIT: Träger

### Analog

- Roll-Up

### Digital

- Poster
- Flyer

## Günstige Aktionen/Marketing-Ideen

- National  
Gewinnspiel  
Social Media Kampagne  
Challenge : „Selfies“ Film/ Preisgeld für Schule
- Meine SIEGEL-Schule stellt sich vor  
Umsetzungshilfen
- Film erstellen  
„Gib SIEGEL dein Gesicht!“  
Interview  
Leitfaden
- Quiz

## Ergebnis:

- Das Marketing sollte für jede Zielgruppe übersetzbar sein
- Zukünftig sollten bei Rezertifizierungen einzelne Kriterien (Kriterium a/b) hervorgehoben werden
- Transparenz soll für mehr Glaubwürdigkeit sorgen

## 4. To Do`s

- Träger informieren, mitnehmen
- Finanzierung für Toolkit klären
- Was übernimmt das Bundesnetzwerk
- Spezifische Ansprachen Jugendliche
- Toolkit: Wer macht was?
- Website konzipieren (Telko)
- Vorschläge für Botschaften/Slogans