



NETZWERK  
BERUFSWAHL  
SIEGEL

## Protokoll

### Analyse- und Bilanzworkshop Öffentlichkeitsarbeit

5. Dezember 2017, 11:00 – 16:00 Uhr

BDA, Breite Straße 29, 10178 Berlin

Netzwerk Berufswahl-SIEGEL  
c/o SCHULEWIRTSCHAFT Deutschland

Breite Straße 29 | 10178 Berlin

T: +49 030/2033-1500  
F: +49 030/2033-1505

info@netzwerk-berufswahlsiegel.de  
www.netzwerk-berufswahlsiegel.de

30. November 2017

#### 1. Zusammenfassung der Ergebnisse und Maßnahmen im Bereich Öffentlichkeitsarbeit 2017

- ein Workshop mit Unternehmensvertretern zur besseren Bekanntmachung des SIEGELS erfolgte am 15. Mai 2017 unter Leitung von BDA-Vizepräsident Dr. Gerhard Braun: die Unternehmensvertreter wünschen sich einen Claim sowie für Unternehmen aufbereitete Materialien zum SIEGEL
- Weiterentwicklung der zentralen Bundeswebsite: Einrichtung eines internen Bereichs für das SIEGEL-Netzwerk sowie eines Toolkits mit Materialien für die SIEGEL-Schulen
- neue schülerzentrierte Formate wurden erprobt: Schülerworkshop im Rahmen des 3. Netzwerktags Berufswahl-SIEGEL am 29.9.2017 in Berlin; 3 Schulen erarbeiten mit ihren Schülern zurzeit ein Konzept für einen SIEGEL-Day
- Start des Schülerwettbewerbs Smart Film Safari 2017/2018 zum Thema „Der spannendste Ausbildungsberuf den wir kennen!“; der Wettbewerb richtet sich dieses Mal an alle weiterführenden Schulen; alle Unterlagen können elektronisch eingereicht werden
- Präsentation des SIEGELS auf zahlreichen Veranstaltungen u.a. beim Deutschen Evangelischen Kirchentag, Deutschen Arbeitgebertag, Bauernverband sowie in Gremien der BDA

#### 2. Input: Kerstin Steffen, Data One GmbH: Social Media für das Netzwerk Berufswahl-SIEGEL

- Präsentation: **siehe Anlage 2**

#### Online-Marketing

- Google-Adwords-Kampagnen, Facebook-Werbung, Bannerwerbung
- Gewinn: Adressen, Wettbewerbsvorteile, Mitgliedschaften

Förderer:

Träger:

### Sozial Media Marketing

- Foren, Blogs, Soziale Netzwerke
- Unternehmensbotschafter
- Ausrichtung: Optimierung der Unternehmenskultur, Imagepflege

### Fünf Schritte zum Strategiekonzept

1. Situationsanalyse: Wo stehe ich, wie sieht meine Marke aktuell aus (Unternehmen Markenwerte)
2. Strategie: Ziele, Zielgruppen, Zielgruppe nutzt welche Kanäle, Sprache, Bildwerte, Kommunikationskanäle
3. Taktik: Wo/Wie erreiche ich meine Zielgruppe, Wording, Design, Maßnahmenzusammenstellung
4. Controlling: Messzahlen, Klicks, Analysetools
5. Evaluation: Reichweiten, Klickzahlen, Budget

### **3. Schlussfolgerungen für das SIEGEL-Kommunikationskonzept**

- mögliche Maßnahmen zur zielgruppenspezifischen Öffentlichkeitsarbeit 2018: **siehe Anlage 3**
- Schulen → Blog/Newsletter/Website
- Schulleiter → Schulleiterkongress
- Schüler → Events, YouTube
- Lehrkräfte → Newsletter, Netzwerktreffen
- Eltern → Gespräche Bundes-/Landeselternrat
- Unternehmen → Website“Freunde des SIEGELS“
- Förderer → Updates/AG Öffentlichkeitsarbeit
- Partner → KMK-Schirmherrschaft
- YouTube als Archiv nutzen
- Verknüpfungen zwischen den Instrumenten schaffen

### **4. Nächste Schritte 2018**

- Bewerbung der Smart Film Safari über Postkarten
- Veröffentlichung der Ergebnisse der SINUS-Studie: Gelingenbedingungen von Schule-Wirtschaft-Kooperationen aus Sicht der Schüler
- Journalistin erstellt Presseclipping für Toolkit
- Filmagentur entwickelt SIEGEL-Clip für Schulen
- Querdenker bereiten Vorlagen für Merchandise-Artikel vor

- Start der Umsetzung der Informations- und Austauschplattform

## **5. Verschiedenes**

- Siemens möchte auf Facebook posten Inhalte werden geliefert.