

Vorlage Nr. 19/281-L
für die Sitzung der Deputation für Wirtschaft, Arbeit und Häfen
am 18. Januar 2017

Jugendberufsagentur – Start einer Marketingkampagne

A. Problem

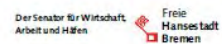
Nach dem Senatsbeschluss vom 10.03.2015 zur Zusammenarbeit in einer Jugendberufsagentur in Bremen und Bremerhaven sind inzwischen viele institutionsübergreifende und interne Voraussetzungen und Strukturen geschaffen worden, damit die Agentur für Arbeit Bremen-Bremerhaven, die Jobcenter in Bremen und Bremerhaven, der Magistrat der Stadt Bremerhaven mit den Dezernaten III und IV sowie die drei beteiligten Ressorts (SKB, SJFIS, SWAH) in der Jugendberufsagentur zusammenarbeiten können. Die Jugendberufsagentur verfolgt das Ziel, alle jungen Menschen im Land Bremen unter 25 Jahren, die den Bedarf haben, auf ihrem Weg zum Berufsabschluss zu begleiten und zu unterstützen. Um diese optimierte Zusammenarbeit und ihre Chancen für junge Menschen in Bremen und Bremerhaven nun nachhaltig bekannt zu machen, wird eine Marketingkampagne bestehend aus klassischen Medien sowie viralem Marketing im Januar 2017 gestartet. Dem Senatsbeschluss vom 22. April 2014 folgend ist die Deputation beim Einsatz von Sozialen Medien zu befassen.

B. Lösung

Eine Marketingkampagne zur Jugendberufsagentur soll deren Bekanntheitsgrad erhöhen. Die WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH wurde gebeten, den Agenturwettbewerb sowie die anschließende Umsetzung der Kampagne zu koordinieren. Dafür wurden drei Agenturen eingeladen, ein Konzept vorzulegen. Die Agentur Bernstein hat das überzeugendste Konzept zur Zielgruppenansprache präsentiert und den Auftrag zur Umsetzung erhalten. Beteiligt an der

Entscheidungsfindung waren alle zur Jugendberufsagentur gehörenden Institutionen sowie der Geschäftsbereich Standortmarketing der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH.

Unter der Federführung des Senators für Wirtschaft, Arbeit und Häfen, dessen Haus im Januar 2017 zudem die Federführung für die beteiligten Senatsressorts in der Jugendberufsagentur von der Senatorin für Kinder und Bildung übernimmt, wird nun folgende Kampagne umgesetzt:



Großflächige Bilder, die auffällig farbig eingefärbt sind, gepaart mit Hashtags sollen im Stadtbild die Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Gebucht wurden sowohl 18/1-Sonderflächen (25 in Bremen / 20 in Bremerhaven) sowie CityLights (150 in Bremen / 100 in Bremerhaven), die im Zeitraum von 14. – 27. Februar 2017 belegt werden. Dazu kommen Plakate für Aushänge in den Schulen, Flyer und Postkarten. Gleichzeitig geht ein neuer Internetauftritt (www.jugendberufsagentur-bremen.de/www.jugendberufsagentur-bremerhaven.de) online, der in seinem ‚Look and Feel‘ der Zielgruppe und der Kampagne entspricht.

#ArschHoch
#DaGehtWas
#Durchstarten
#LikeDeineZukunft
#LäuftBeiDir
#MachWas
#GönnDir

Die in den Fokus genommene Zielgruppe nutzt in einem bei 80 bis 90 Prozent liegenden Umfang Whatsapp und Instagram. Über facebook kommunizieren und informieren sich die *Älteren* – sprich Lehrerinnen und Lehrer, Eltern oder potenzielle Ausbildungsbetriebe.

Die Verwendung von sogenannten Hashtags – Schlagwörtern, die in beliebiger Anzahl jedem Bild oder jeder Nachricht hinzugefügt werden können, dient der Betonung einer Botschaft und ermöglicht die Suche und das Teilen von Botschaften. Die im Zuge der Kampagne eingesetzten Hashtags sind verbunden mit einem Aufruf zum Handeln. Sie sind klar, eindeutig, authentisch, ebenso wie mutig. Die jungen Leute sollen motiviert werden, ihr Leben in die Hand zu nehmen. Im Zuge der viralen Kampagne wird auf den Werbeeffect unter einander gesetzt. Wer ein Kampagnenbild teilt und einen Hashtag nutzt, macht darüber auch seinen Freundeskreis auf die Jugendberufsagentur aufmerksam.

Zusätzlich wird der Auftakt der Kampagne mit Anzeigen und Radiospots begleitet.

C. Finanzielle und personalwirtschaftliche Auswirkungen, Gender-Prüfung

Aus den Mitteln des Europäischen Sozialfonds stehen im Beschäftigungspolitischen Aktionsprogramm (BAP) 99.731,15 Euro für die gesamte Kampagne zur Verfügung. Der Finanzierung hat die staatliche Deputation für Wirtschaft, Arbeit und Häfen bereits mit der Vorlage 19/261 – L ‚Beschäftigungspolitisches Aktionsprogramm: Fortsetzung 2017‘ zugestimmt. Zuwendungsempfänger ist die WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH, Geschäftsbereich Wirtschaftsförderung & Bremen-Marketing, die als Koordinator und Auftraggeber die Marketingaktivitäten umsetzen. In dem oben genannten Betrag sind sowohl die Kosten für die Leistungen der Agentur wie Konzeption und Kreation enthalten, ebenso die Kosten für den Relaunch des Internetauftrittes und die für die Produktion und Schaltung der weiteren Medien (Anzeigen, Hörfunkspots, Flyer, Großflächen und CityLights, Postkarten, Poster).

Die Gleichstellung von Frauen und Männern wird von der Jugendberufsagentur als durchgängiges Prinzip verfolgt und regelmäßig überprüft. Auch die Kampagne wurde unter diesen Gesichtspunkt bewertet.

D. Negative Mittelstandsbetroffenheit

Die Prüfung nach dem Mittelstandsförderungsgesetz hat keine qualifizierte negative Betroffenheit für kleinste, kleine und mittlere Unternehmen ergeben.

E. Beschluss

Die staatliche Deputation für Wirtschaft, Arbeit und Häfen nimmt die Marketingkampagne zur Jugendberufsagentur Bremen und Bremerhaven zur Kenntnis.