

## **DORTMUND AT WORK – Zugänge zur Arbeitswelt eröffnen. Eine Social-Media-Kampagne für Dortmund**

### Handlungsfeld 3: Attraktivität der dualen Ausbildung

#### **1. Ausgangslage**

In Dortmund hat die Frage, für welchen Ausbildungsberuf sich Jugendliche interessieren, den Grundstein gelegt für eine Social-Media-Kampagne unter dem Titel „DORTMUND AT WORK“. Nach vorliegender Datenlage der Bundesagentur für Arbeit für den Dortmunder Ausbildungsstellenmarkt sind zum einen die TOP 10 der von den Jugendlichen nachgefragten Berufsausbildungsstellen seit Jahren nahezu unverändert, zum anderen gibt es trotz Angleichung der Angebots-Nachfrage-Relation weiterhin zahlreiche unbesetzte Berufsausbildungsstellen. Um die Bandbreite der Ausbildungsberufe für Jugendliche attraktiv darzustellen, wurde DORTMUND AT WORK ins Leben gerufen. „Wir stellen Unternehmen und Azubis vor und bringen dich ein Stück näher an deinen Traumberuf“ – mit diesem Versprechen werden Jugendliche neugierig gemacht.

Um Jugendliche bei ihrer beruflichen Orientierung zu unterstützen und sie darüber hinaus auf Betriebe in Dortmund aufmerksam zu machen, die Berufsfelderkundungs-, Praktikums-, Ausbildungs- und/ oder duale Studienplätze anbieten, betreibt das Regionale Bildungsbüro des Fachbereichs Schule der Stadt Dortmund als Kommunale Koordinierungsstelle verschiedene Social-Media-Kanäle (Instagram; Facebook, YouTube) unter dem Namen DORTMUND AT WORK. Diese sollen mit Fotos und kurzen Videos das Interesse der Schülerinnen und Schüler für Berufe und (duale) Studiengänge wecken, die ihnen in Dortmund angeboten werden. Die Initiative DORTMUND AT WORK richtet sich an junge Dortmunderinnen und Dortmunder zwischen 14 und 24 Jahren. Die Informationen erhalten sie authentisch durch Auszubildende in Unternehmen.

#### **2. Umsetzung**

Der Instagram-Account spricht Jugendliche direkt an. Das Facebook-Profil soll auch die Eltern erreichen. Der YouTube-Kanal bietet eine Übersicht über alle Videos, die hier im Gegensatz zu Instagram auch mal länger als eine Minute sein dürfen. Außerdem wird die Kampagne auf der eigenen Homepage [www.dortmundatwork.de](http://www.dortmundatwork.de) begleitet. Hier können die Schülerinnen und Schüler gezielt nach Unternehmen für eine Berufsfelderkundung, ein Praktikum, einen Ausbildungsplatz oder ein duales Studium suchen.

An der Kampagne können sich alle Betriebe in Dortmund beteiligen, die mindestens einen der oben genannten Plätze über die Homepage anbieten. Dafür müssen die Unternehmen lediglich einen kurzen Steckbrief ausfüllen. Zudem haben die Unternehmen die Möglichkeit, für sich und ihre Ausbildungsmöglichkeiten über Fotos und kurze Videos zu werben.

Mit dem Social-Media-Kanal Instagram konnten innerhalb eines Jahres 1.260 Follower (Stand: 27.08.2019) erreicht und über rund 50 verschiedene Berufsbilder und (duale) Studiengänge informiert werden.

Auf Instagram erzielt DORTMUND AT WORK wöchentlich zwischen 5.000 und 10.000 Impressionen. Auf Facebook werden monatlich zwischen 6.000 und 20.000 Konten erreicht (Beitragsreichweite).

Auf der Homepage [dortmundatwork.de](http://dortmundatwork.de) bieten 95 Unternehmen von A wie Altenpfleger/in bis Z wie Zahnmedizinische/r Fachangestellte/r insgesamt 86 verschiedene Ausbildungsberufe an (Stand 27.08.2019).

Das Regionale Bildungsbüro im Fachbereich Schule ist hauptverantwortlich für die Steuerung und Finanzierung der Kampagne und wird unterstützt von den Partner/-innen des Beirats „Übergang Schule – Arbeitswelt“ der Stadt Dortmund. Zu den Aufgaben der Kommunalen Koordinierungsstelle gehören die Akquise von teilnehmenden Unternehmen und Institutionen, die Erstellung der Fotos und Videos (inklusive Vor- und Nachbereitung), die Bewerbung der Kampagne auf allen Social-Media-Kanälen sowie die Bekanntmachung der Kampagne über das Internet hinaus in den StuBo-Arbeitskreisen der Dortmunder Schulen und auf verschiedenen Veranstaltungen wie z. B. Berufsbildungsmessen und Netzwerkveranstaltungen. Weitere Aufgaben sind die Entwicklung von Lehrmaterialien und die Bewerbung der Kampagne in den Schulen. In Dortmund ist die Kampagne eine Teamaufgabe.

### **3. Gelingensbedingungen und Empfehlungen**

Die Teilnahmebereitschaft der Dortmunder Unternehmen ist groß, da sie ohne großen Aufwand für ihr Ausbildungsangebot und ihre Branche werben können, sich die Initiative direkt an die potenziellen Nachwuchskräfte richtet, sie auf diesem Wege auch junge Menschen erreichen können, die sich bisher noch nicht für ihre Branche interessiert haben und die Teilnahme kostenlos ist.

Empfehlenswert ist eine professionelle Begleitung und Unterstützung beim Aufbau der Kampagne durch eine Marketing-Agentur. Der Aufbau und die Umsetzung einer Kampagne wie DORTMUND AT WORK erfordert ein finanzielles Budget für die Beauftragung einer Marketing-Agentur sowie für die Anschaffung begleitender Merchandise-Artikel. Interessierten Kommunen wird empfohlen, eine social-media-affine Kollegin oder einen Kollegen in Vollzeit einzustellen, die/der sich mit Fotografie, Videodreh und -schnitt auskennt. Der Videodreh sollte immer begleitet werden. Die Videos sollten zielgruppengerecht und authentisch in Ansprache sowie Gestaltung unter Berücksichtigung der DSGVO produziert werden. Die technischen Voraussetzungen wie ein kamerafähiges Handy mit sehr hoher Auflösung, Bearbeitungsprogramme und die Möglichkeit größere Datenmengen auf kommunale Server zu transferieren müssen gegeben sein.

### **4. Materialien und Links**

[www.dortmundatwork.de](http://www.dortmundatwork.de)

[www.instagram.com/dortmundatwork](https://www.instagram.com/dortmundatwork)

[www.facebook.com/dortmundatwork](https://www.facebook.com/dortmundatwork)

[www.youtube.com](https://www.youtube.com)

#### **Kontakt**

Nadine Wecke

Tel.: 0231 50-24994

E-Mail: [nwecke@stadtdo.de](mailto:nwecke@stadtdo.de)

Internet: [www.dortmundatwork.de](http://www.dortmundatwork.de)

Stand der Bearbeitung: 2.10.2019