

Imagekampagne „Duale Ausbildung in Hessen“

Zusammenfassung des Konzeptes der beauftragten Agentur:
Schaller & Partner GmbH

I. ZIELE DER IMAGE-KAMPAGNE „DUALE BERUFSAUSBILDUNG“

- Steigerung der Attraktivität
 - Verbesserung des Images
 - Schließen von Kenntnislücken bei Jugendlichen und Eltern (vgl. exemplarische Umfrage unter folgendem Link: <https://youtu.be/sgEl9ddrCdo>)
 - Verdeutlichung der Möglichkeiten und Vorteile
 - Positionierung als attraktiven, beruflichen Einstiegsweg
- ↳ **Anstieg der Partizipation an der dualen Berufsausbildung** (in Hessen)

II. ZIELGRUPPEN (PRIMÄR) – WEN SPRECHEN WIR AN?

Erreicht werden sollen landesweit alle Schüler/-innen ab der Klasse 7 sowie deren Eltern

III. DIE KAMPAGNEN-IDEE

Die jungen Menschen sollen nicht - von einer „Erwachsenen-Autorität“ - gesagt bekommen, was sie tun oder lassen sollen, oder dass eine Berufsausbildung das einzig richtige für sie ist. Vielmehr sollen sie dazu einladen, sich bei Ihrer Auseinandersetzung mit sich selbst und ihren Fähigkeiten auch mit der **dualen Berufsausbildung** als einen möglichen Ausgangspunkt für den beruflichen Lebensweg zu beschäftigen.

Der Kampagnen-Ansatz:

Damit diese Auseinandersetzung gelingen kann, wird gezielt an die Lebenswelt und Medienkultur der Jugendlichen angeknüpft. Relevante Stichworte sind hier:
Permanente (digitale) Kommunikation untereinander; Vergleich und Selbstinszenierung; Streben nach Anerkennung und Selbststeuerung, Instagram, Youtube; Influencer, Castingshows.

Das Kernelement „Instagram-Praktika“ (Insta-Praktika):

Das zentrale Element der Kampagne sind sogenannte Insta-Praktika. Dazu wird ein **Online-Casting** veranstaltet, an dem sich alle Schüler/innen in Hessen beteiligen können, um 15 Insta-Praktika bei zuvor - unter Einbeziehung des Unterstützerkreises - ausgesuchten Unternehmen zu besetzen.¹

- Ziel ist es, 15² **Zweier-Teams** zu casten.
- Jedes Gewinner-Team absolviert ein Insta-Praktikum

¹) angelehnt an die bekannten TV-Casting-Shows der privaten TV-Sender

²) Je ein Team aus einem der 15 hessischen Schulamtsbezirke, um eine flächendeckende, regionale Abdeckung in Hessen zu erreichen.

Dieses Projekt wird aus Mitteln des Landes Hessen und des Europäischen Sozialfonds gefördert

- Die Casting-Aufgabe: Die Schüler/-innen drehen ein (kurzes) Video (s. Beispielvideo: <https://youtu.be/tYVxo7XuY04>) in dem sie sich vorstellen, und für die „Hauptrollen“ in den Insta-Praktika empfehlen, indem sie erläutern, warum sie die Richtigen sind, um ihren Mitschülern einen der zahlreichen **Ausbildungsberufe** vorzustellen.
- Die *Casting-Videos* werden auf der **Kampagnen-Homepage** veröffentlicht.
- Dort wird auch abgestimmt: Über ein **Online-Voting** werden die Gewinnerteams ermittelt.

Zudem erhält jede Gewinnerin/jeder Gewinner ein **hochwertiges, aktuelles Smartphone**, das zugleich für die Video-Produktion eingesetzt werden kann. Außerdem erhalten die Teams einem **Workshop, in dem** professionelles Filmen mit dem Smartphone sowie die Beachtung von Datenschutz- und Urheberrechtsgesichtspunkten geschult werden.

Die Insta-Praktika sollen - nach Möglichkeit im Rahmen regulärer Schulpraktika - im ersten Halbjahr 2019 stattfinden.

Bei der Dokumentation ihrer Praktika berichten die Schülerteams über ihre Eindrücke vom Ausbildungsberuf, über ihre Gespräche mit der Geschäftsführung, Mitarbeitern, Auszubildenden, Ausbildungsleiter, Kunden, Lieferanten etc. – alles in Form von kurzen Clips bei denen sich die Teams gegenseitig oder im Selfie-Modus gemeinsam ins Bild nehmen (vgl. Beispiel-Video: <https://youtu.be/pr6cSalMlwg>)

So werden die „Insta-Praktikanten“, da sie aus den eigenen Reihen der Mitschüler/innen kommen, zu **authentischen** (und noch dazu kostengünstigen) „**Influencern**“ in Sachen duale Ausbildung.

IV. DAS KAMPAGNEN-DACH

Um eine möglichst breite und nachhaltige Wirkung zu erzeugen, wird das Kernelement „Insta-Praktika“ unter ein Kampagnendach gestellt und in eine professionelle Werbestrategie eingebettet. Diese besteht im Wesentlichen aus zwei Phasen

Awareness-Phase:

Sie umfasst die Bewerbung des Castings bei der Hessischen Schülerschaft. Unter Einbezug der Schulen wird über Plakataktionen und Social-Media-Kanäle flächendeckend das Interesse geweckt. Zudem beinhaltet sie das Casting und das Voting mit Veröffentlichung der Gewinnerteams selbst. Alle Aktivitäten spiegeln sich auf der zuvor eingerichteten Kampagnen-Homepage wider.

Content-Phase:

Hier werden die in den Praktika gewonnenen Inhalte prominent über Social-Media-Kanäle platziert. Hierzu werden die einzelnen Inhalte bspw. als kleine Serien - ggf. beruflich sortiert - aufbereitet und zeitlich so getimt, dass ein kontinuierlicher Content verbreitet wird. Die Inhalte werden zudem auf Basis einer permanenten Erfolgskontrolle mit einem relevanten Mediabudget promotet.

Auf der **Kampagnen-Homepage** werden zudem **weitergehende Inhalte** zur dualen Ausbildung, Infos für Eltern, Interviews, Erfahrungsberichte, Postings, ein Terminticker zu ausbildungsrelevanten Events und vor allem Links zu den vielen bereits bestehenden Informationsangeboten bereitgestellt. Zusätzlich soll ein **Chatbot** zu möglichen Fragen zur Thematik Ausbildung eingerichtet werden, um dem stärker dialogischen Kommunikationsverhalten unter den Schülern entgegenzukommen. Flankiert wird die Content-Phase mit einer zweiten Schulplakataktion, die nun stärker duale Ausbildung als solche thematisiert.

Leitmotiv „A zu B“

Die Kampagne wird von dem Leitmotiv „**Von A zu B. Mach deinen Weg.**“ *belgeitet*. Das Wort „A zu B“ wird neu aufgeladen und die duale Berufsausbildung als ein Weg definiert, ... von **A zu Bauzeichner**, von **A zu Berufung**, von **A zu Bilderbuchkarriere**, von **A zu Bachelor**, von **A zu Bildung**, ..., von **A zu Zahntechniker**... Diese Metapher findet sich in allen Werbe-Inhalten von Plakaten bis Funkspots wieder.

Dieses Projekt wird aus Mitteln des Landes Hessen und des Europäischen Sozialfonds gefördert