

An die  
Vorsitzende des Hauptausschusses  
über  
den Präsidenten des Abgeordnetenhauses von Berlin  
über Senatskanzlei – G Sen –

**2648**

**Unterrichtung des Hauptausschusses über die Vergabe von Beratungsdienstleistungen**

**hier: Vergabe eines Auftrages zur Fortführung einer Werbekampagne für die Akquise von Nachwuchskräften für den Berliner Justizvollzug**

**Rote Nummer: NEU**

0600/54010

Ansatz 2018:	1.355.000 €
Ansatz 2019:	1.397.000 €
Ansatz 2020 (Entwurf):	857.000 €
Ist 2018:	543.211,31 €
Verfügungsbeschränkungen:	keine
aktueller Ist (06.11.2019):	320.274,82 €

In der Verwaltungsvorschrift zur Transparenz bei der Vergabe von Aufträgen zu Gutachten- und Beratungsdienstleistungen wird unter - 3. Information des Hauptausschuss des Abgeordnetenhauses - das Folgende bestimmt:

„Alle Senatsverwaltungen werden aufgefordert, den Hauptausschuss rechtzeitig vor Ausschreibung von Gutachten- und Beratungsdienstleistungsaufträgen mit einem Auftragswert von mehr als 10.000 Euro zu unterrichten und zu begründen, warum die zu leistende Arbeit nicht von Dienststellen des Landes Berlin erledigt werden kann. Ausgenommen davon sind ausschließlich technische Gutachten und Beratungsdienstleistungen, die sich auf einzelne Baumaßnahmen beziehen.“

Es wird gebeten, die beabsichtigte Auftragsvergabe für die

**Fortführung einer bestehenden Werbekampagne für die Akquise von Nachwuchskräften im Berliner Justizvollzug**

zur Kenntnis zu nehmen.

Angesichts des demografischen Wandels und dem damit einhergehenden Fachkräfte- mangel hat der Wettbewerb um die „Besten Bewerberinnen und Bewerber“ enorm zu- genommen. Hinzu kommt, dass der Berliner Justizvollzug in den Jahren 2012 und 2013 aufgrund der Haushaltskonsolidierung nicht der Altersfluktuation entsprechend Justiz- vollzugsbedienstete ausbilden konnte. In Folge dieser Nichtausbildung sowie der lau- fenden unterjährigen Altersfluktuationen konnten und können viele Stellen im allgemei- nen Justizvollzugsdienst nicht besetzt werden. Für den Berliner Justizvollzug ist es so- mit wichtiger denn je, die Suche nach neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aktiv an- zugehen.

Aufgrund des hohen Nachwuchskräftebedarfs wurde bereits eine Werbekampagne für die Jahre 2016/2017 und die Jahre 2018/2019 zur Akquise von Nachwuchskräften für den Allgemeinen Vollzugsdienst vergeben.

Durch die Werbekampagne konnten die Kampagnenmotive („Würden Sie einem Mörder guten Morgen sagen?“) sowie Materialien für die verschiedenen Werbeträger entworfen werden. Einen weiteren Werbebaustein stellt die „Google AdWords“-Kampagne dar. Mit dem Start der Facebook-Kampagne konnte auch die Sichtbarkeit und passgenaue Kommunikation mit der Zielgruppe deutlich verbessert werden und verschaffte der Aus- bildung im Justizvollzug auf diese Weise eine eigene Identität. Die „Ausbildung AVD“ hat somit ein sog. „Employer Branding“ (eine „Art“ Markenbildung) erhalten, welches zu einer besseren Außendarstellung beiträgt.

Die bisher durchgeführten Kampagnenschritte und deren Auswirkungen sind als äu- ßerst wirksam zu beurteilen. So konnte sowohl die Zahl der eingehenden Bewerbungen als auch die der Einstellungen gesteigert werden. Trotz einer stetigen Steigerung der Ausbildungsplätze in den letzten Jahren, konnten seit Kampagnenstart bis dato – im Gegensatz zu den Vorjahren – fast alle Lehrgangssätze für den AVD voll besetzt wer- den. Laut Zwischenauswertung der derzeit laufenden Einstellungskampagne steigen die Klickzahlen und somit die Anzahl der Bewerbungen über die Sozialen Netzwerke und die Homepage der Behörde weiterhin. Diese positive Entwicklung kann nur über die Fortführung der Werbekampagne gehalten werden.

Da in den kommenden zwei Jahren aufgrund der hohen Altersfluktuation weiterhin in gleichbleibenden Umfang Lehrgangssätze ausgeschrieben und besetzt werden müs- sen, steht der Justizvollzug in Anbetracht des schwierigen Bewerbermarktes weiterhin vor großen Herausforderungen. Dies macht eine Fortführung der Werbekampagne un- bedingt erforderlich.

Der Fokus soll auch künftig weiter auf die größte Berufsgruppe des Justizvollzugs, den AVD, gelegt werden. Da der bestehende Vertrag endet, hat sich die Senatsverwaltung für Justiz, Verbraucherschutz und Antidiskriminierung entschlossen, die Fortführung der bestehenden Werbekampagne auszuschreiben.

Im zuständigen Verwaltungsbereich sind keine spezifischen Kompetenzen im Bereich Marketing/Werbung vorhanden.

Die Kosten für die in Rede stehenden Leistungen werden auf insgesamt 127.500 Euro geschätzt und sollen sich auf die Haushaltjahre 2020 und 2021 wie folgt verteilen.

2020: 85.000 Euro  
2021: 42.500 Euro

Die für den Doppelhaushalt 2020/2021 geplanten Ansätze im Kapitel/Titel 0600/54010, Nr. 2. Ausbildungsoffensive und Personalmarketing (externe Beratungsdienstleistung) betragen für das Haushaltsjahr 2020 (geplant) 100.000 € und im Jahre 2021 (geplant) 300.000 €.

Dr. Dirk Behrendt  
Senator für Justiz, Verbraucherschutz  
und Antidiskriminierung