

2863

An die
Vorsitzende des Hauptausschusses
über
den Präsidenten des Abgeordnetenhauses von Berlin

über Senatskanzlei – G Sen –

Neuaufgabe einer Werbekampagne für die Akquise von Nachwuchskräften für die Ausbildungsberufe der Berliner Justiz („Werbekampagne Justiz“)

Vorgang: Abgeordnetenhaus-Sitzung vom 12. Dezember 2019

rote Nummern: neu

Ansätze (tabellarisch) zu allen thematisierten Titeln, und zwar für das Kapitel 0615/Titel 52501 – Aus- und Fortbildung

abgelaufenes Haushaltsjahr:	70.000 €
laufendes Haushaltsjahr:	85.000 €
kommendes Haushaltsjahr:	90.000 €
Ist des abgelaufenen Haushaltsjahres:	61.320,87 €
Verfügungsbeschränkungen:	keine
aktuelles Ist:	11.241,00 €

Kapitel 0615/Titel 54010 – Dienstleistungen

abgelaufenes Haushaltsjahr:	110.000 €
laufendes Haushaltsjahr:	120.000 €
kommendes Haushaltsjahr:	125.000 €
Ist des abgelaufenen Haushaltsjahres:	59.826,34 €
Verfügungsbeschränkungen:	11.000 €
aktuelles Ist:	1.524,06 €

Gesamtkosten: 100.000 Euro

Das Abgeordnetenhaus hat in seiner Sitzung vom 12. Dezember 2019 u. a. Folgendes beschlossen:

Die Senatskanzlei und die Senatsverwaltungen und deren nachgeordnete Behörden und die Bezirksverwaltungen werden aufgefordert, den Hauptausschuss rechtzeitig vor

Inangriffnahme der Ausschreibung von Gutachten- und Beratungsdienstleistungsaufträgen mit einem Bruttoauftragswert 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. In dem Fall, dass der Bruttoauftragswert 50.000 Euro überschreitet, ist die Zustimmung des Hauptausschusses des Abgeordnetenhauses von Berlin einzuholen. Ausgenommen von der Vorlagepflicht sind ausschließlich technische Gutachten und Beratungsdienstleistungen, die sich auf konkrete Baumaßnahmen beziehen.“

Es wird gebeten, die beabsichtigte Auftragsvergabe für die

Neuaufgabe einer Werbekampagne für die Akquise von Nachwuchskräften für die Ausbildungsberufe der Berliner Justiz („Werbekampagne Justiz“)

zustimmend zur Kenntnis zu nehmen.

In den letzten Jahren konnte die Berliner Justiz in den nichtrichterlichen Berufen (Rechtspfleger/innen, Justizsekretäre/innen und Justizhauptwachtmeister/innen; ausgenommen: Vollzug) dringend benötigtes Personal ausbilden und einstellen. Unter großen Anstrengungen und mit Hilfe verschiedener Maßnahmen zielgerichteter Akquise – zum Beispiel Messeauftritte, Schulbesuche, Führungen durch Gerichte mit simulierten Verhandlungen, Berufspatenschaften etc. – ist es gelungen, sämtliche Ausbildungspositionen zu besetzen. Im Fall der Laufbahn der Justizsekretäre/innen war dies auch durch die Umstellung auf den Beamtendienst (allgemeiner Justizdienst) möglich, da so die Attraktivität des Berufs deutlich erhöht werden konnte.

Durch die demografische Entwicklung und die Konkurrenz sowohl mit der privaten Wirtschaft als auch mit anderen Behörden des Bundes und der Länder wird die Herausforderung, ausreichend qualifizierten Nachwuchs für die Justiz zu gewinnen, in den kommenden Jahren allerdings noch größer werden. Altersbedingt werden in den nichtrichterlichen Berufen in der Justiz (ohne Vollzug) bis zum Ende des Jahrzehnts über 600 Kolleginnen und Kollegen ausscheiden, das ist jede/r fünfte Beschäftigte. Alleine bis 2024 sind laubahnübergreifend insgesamt 269 altersbedingte Abgänge zu verkraften. Das bedeutet, dass 59 Rechtspfleger/innen, 28 Justizhauptwachtmeister/innen, 187 Beamte/innen des mittleren Justizdienstes sowie 81 Tarifbeschäftigte in den Serviceeinheiten der Gerichte und Strafverfolgungsbehörden durch Erreichen der Altersgrenze in den Ruhestand gehen und vor Ort fehlen werden.

Im Doppelhaushalt 2020/2021 sind ausreichend Ausbildungspositionen eingerichtet worden, um die auftretenden Vakanzen füllen zu können. Um genügend geeignete Bewerber/innen für die Justiz zu begeistern, bedarf es allerdings einer proaktiven Nachwuchsakquise. Denn die jungen Menschen kommen selten von alleine auf die Justiz zu. Anders als etwa bei der Polizei oder Feuerwehr sind die Justizberufe und die damit verbundenen Tätigkeiten allgemein weniger bekannt. Neben den eingangs erwähnten Maßnahmen hat sich eine attraktive Werbekampagne als notwendig und sinnvoll erwiesen, um den Schulabgängern/innen die Berufe in der Justiz näher zu bringen. Mit der in 2015 aufgestellten Kampagne „Rechthaber gesucht“ wurde der Justiz ein Gesicht gegeben, das mit den vielfältigen Möglichkeiten einer Karriere bei den Gerichten und Strafverfolgungsbehörden wirbt. Auf der Internetseite (www.berlin.de/rechthaber-gesucht.de) finden sich neben einer Darstellung der Berufsbilder Videos zum Berufsalltag sowie ein Schnelltest, um herauszufinden, welcher Beruf für Interessierte am besten geeignet ist. Eine Bewerbung kann direkt über die Seite online eingereicht werden.

Trotz des Erfolges der Kampagne haben sich in den letzten Jahren sowohl die Wege, auf denen junge Menschen erreicht werden können, als auch deren Ansprüche weiter gewandelt. Die meisten Schüler/innen, die vor einem Schulabschluss stehen, nutzen zur Kommunikation und Information die sozialen Medien und zwar bevorzugt über das eigene Mobiltelefon. Hier bedarf es dringend einer strategischen Neuausrichtung der Kampagne, die in den sozialen Netzwerken zu wenig vertreten ist. Hinzu kommt, dass die Kampagne inzwischen an Aufmerksamkeit eingebüßt hat, was sich zum Teil auch in zurückgehenden Bewerberzahlen niederschlägt (Rechtspfleger/innen: 2019: 785; 2020: 663; Justizhauptwachmeister/innen: 2019: 359; 2020: 256; nur bei den Justizsekretären/innen war zuletzt ein Anstieg zu verzeichnen, was vermutlich an der gestiegenen Attraktivität des neuen Berufsbildes liegt). Neue Ideen, wie man die junge Generation adressatengerecht für die Berliner Justiz begeistern und dabei noch stärker als bisher die Berliner Stadtgesellschaft in ihrer Vielfalt erreichen kann, sind vonnöten. Nicht zuletzt muss auch das neue Berufsbild der/des Justizsekretärs/in noch bekannter gemacht werden, um den notwendigen Nachwuchs zu generieren.

Im zuständigen Verwaltungsbereich sind keine spezifischen Kompetenzen im Bereich Marketing/Werbung vorhanden. Die Kosten für die in Rede stehenden Leistungen (Entwicklung eines Werbekonzepts, ohne Folgekosten) werden auf insgesamt 100.000 Euro geschätzt und sollen sich auf die Haushaltsjahre 2020 und 2021 wie folgt verteilen.

2020: 40.000 Euro
2021: 60.000 Euro

Die Ansätze für den Doppelhaushalt 2020/2021 im Kapitel/Titel 0615/54010, Nr. 2. Anpassung der Werbemaßnahmen für die Anwärterinnen/Anwärter und Auszubildende betragen für das Haushaltsjahr 2020 50.000 € und im Jahre 2021 50.000 €. Die Ansätze im Kapitel/Titel 0615/52501, Nr. 10. Ausbildungsoffensive betragen für das Haushaltsjahr 2020 15.000 € und im Jahre 2021 18.000 €.

Dr. Dirk Behrendt
Senator für Justiz,
Verbraucherschutz und Antidiskriminierung