

## Maßnahmenvereinbarung UDE Verwaltung 2030#Leben

<b>Strategisches Ziel</b>
Die Universitätsverwaltung ist eine attraktive Arbeitgeberin und bietet zukunftsfähige Arbeitsplätze
<b>Konkrete Zielsetzung</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Arbeitsplatzattraktivität</li><li>- optimale Prozessgestaltung</li></ul>
<b>Titel Maßnahme</b>
Pilotisierung von Marketingmaßnahmen zur Steigerung der Sichtbarkeit der UDE als Arbeitgeberin
<b>Nr. Maßnahme</b>
1.1
<b>Start und -ende</b>
Start: 01.03.2024 <span style="float: right;">Erwartetes Ende: 31.12.2024</span>
<b>Auftraggeber:in</b>
Edith Schwarzkopf, Dezernentin Personal und Organisation
<b>Wie Maßnahme umsetzen?</b>
Übergreifendes Projekt <ul style="list-style-type: none"><li>- 2-3 kurze Imagefilme über die Universität als Arbeitgeberin und über bestimmte Bereiche als Pilotprojekt zur Nutzung für Stellenausschreibungen</li><li>- Neugestaltung durch Team Fotos der Mitarbeiter auf der Webseite der Universität z.B. für Dezernat Personal und Organisation, Gebäudemanagement und DTAC, als erstes Pilotprojekt.</li><li>- Ein dreimonatliches Content-Format mit kurzen Videos oder Fotos, bei denen sich Mitarbeiter: innen und Auszubildende vorstellen und von ihrem Alltag an der UDE erzählen. Veröffentlichung über Xing, LinkedIn und Social Media</li></ul>
<b>Maßnahmenverantwortliche Person/Projektleitung</b>
Projektleitung Ahu Gür-Köster (bzw. Elternzeitvertretung) (SG PA)
<b>Weitere beteiligte Mitarbeitende/Projektmitarbeitende</b>
Mögliche Projektmitarbeiter Christiane Stobbe (SG PA) Stefanie Krause (SG PE)  Mirco Michel (Marketing und Presse) Vertreter der Fakultäten und ZWE/ZB – z. B. ABZ Alexander Dorsch (Marketing)
<b>Weitere ggf. zu involvierende Personen</b>
Presse Dezernate wie z.B. Gebäudemanagement SG PE SG OE
<b>Maßnahmengrund</b>
Durch die Kommunikationsmaßnahmen wird die Attraktivität der Universität als Arbeitgeber gesteigert, indem auch Außenstehenden einen Einblick in die Strukturen als

moderner Arbeitgeber gegeben wird. Die Universität bekommt mehr Reichweite und Transparenz als Arbeitgeber. Es handelt sich um eine vorbereitende Maßnahme zur Erarbeitung einer Employer-Branding Strategie/Kampagne

#### **Maßnahmenziel (ggf. Teilziele)**

Es sollen mehr potentielle Bewerber: innen auf die Universität als attraktiven Arbeitgeber aufmerksam gemacht werden. Außerdem soll die Universität ihr Image als moderner Arbeitgeber steigern. Maßnahmen tragen auch intern dazu bei, bestehende Mitarbeiter: innen durch das Mitwirken an die Universität zu binden.

#### **Maßnahmenergebnisse**

Die angedachten Filme und Fotos sind fertiggestellt und repräsentieren den (jeweiligen) Bereich durch Veröffentlichung in den gewählten Portalen/ Social Media.

#### **Maßnahmenmessung**

Eingehende Bewerbungen, Reichweitenkennzahlen der Videos (z.B. Klick); MA Feedback einholen

#### **Meilensteinplanung**

Durch erste Pilotprojekte und nachträglicher Erfolgsmessung, können weitere Maßnahmen entwickelt werden. Die Meilensteinplanung muss notwendigerweise in Absprache mit den beteiligten Projektmitarbeitern erfolgen, da Durchführungen auch in Abhängigkeit zu diesen stehen.

#### **Budgetbedarf und Budgetquelle**

Ca. 25.000, - €, wobei sich der Betrag bei Beteiligung einer Agentur deutlich erhöhen kann, je nachdem wie umfangreich eine Beratung und Unterstützung zur Umsetzung erforderlich ist, ggf. bis zu 50.000, - €.

Planung Personentage nach Teilpaketen:

- **2-3 kurze Imagefilme über die Universität als Arbeitgeberin und über bestimmte Bereiche als Pilotprojekt zur Nutzung für Stellenausschreibungen**
  - Projektleitung 10 Personentage p.a.
  - Mirco Michel (Marketing und Presse): 3 Personentage p.a.
  - Stefanie Krause (SG PE): 1 Personentag p.a.
  - Vertreter der Fakultäten und ZWE/ZB – z. B. ABZ: 1 Personentag p.a.
  - Dezernate wie z.B. Gebäudemanagement: 1 Personentag p.a.
  - Alexander Dorsch: ½ Personentag p.a.
- **Neugestaltung durch Team Fotos der Mitarbeiter auf der Webseite der Universität z.B. für Dezernat Personal und Organisation, Gebäudemanagement und DTAC, als erstes Pilotprojekt.**
  - Projektleitung 10 Personentage p.a.
  - Christiane Stobbe (SG PA): 2 Personentage p.a.
  -
- **Ein dreimonatliches Content-Format mit kurzen Videos oder Fotos, bei denen sich Mitarbeiter: innen und Auszubildende vorstellen und von ihrem Alltag an der UDE erzählen. Veröffentlichung über Xing, LinkedIn und Social Media**

- Projektleitung 15 Personentage p.a.
- Mirco Michel (Marketing u. Presse): 4 Personentage p.a.
- Stefanie Krause (SG PE): 2 Personentage p.a.

**Rahmenbedingungen/sachlogische Abhängigkeiten**

Das Projekt ist zwingend unter Beteiligung der Pressestelle (Marketing) durchzuführen, so dass hier die entsprechenden Kapazitäten zur Verfügung stehen müssen.

**Risiken**

Evtl. Mitarbeiter, die nicht mitwirken wollen, Ressourcen der projektbeteiligten Mitarbeiter: innen reicht nicht aus bzw. der Aufwand bei Beteiligung einer Agentur wird deutlich höher und die Projektmittel sind dann nicht ausreichend.

**Berichterstattung und Änderungsmanagement**

Eine dreimonatige Berichterstattung im Rahmen eines Projektstatusberichtes ist in Absprache mit der Projektleitung und der Auftraggeber: in zu gewährleisten.

14.12.23

Datum

(digitale) Unterschrift Projektleitung

Datum

(digitale) Unterschrift Auftraggeber/in