

23.08.2023

Antwort

der Landesregierung

auf die Kleine Anfrage 2195 vom 27. Juli 2023
Andreas Keith und Dr. Hartmut Beucker AfD
Drucksache 18/5160

Marketing- und Mediaaktivitäten zur Nachwuchsgewinnung im Ministerium für Justiz

Vorbemerkung der Kleinen Anfrage

Das nordrhein-westfälische Ministerium für Justiz hat in den Jahren 2021 und 2022 insgesamt über zwei Millionen Euro für externe Berater, Gutachter und (Meinungs-) Forschungsaufträge ausgegeben.

In der Antwort auf Frage 2 der Kleinen Anfrage 18/4471 listet die Landesregierung zwar die einzelnen Projekte des Ministeriums für Justiz auf, für die externe Berater oder Gutachter beauftragt wurden. Sie bleibt allerdings Antworten zu z. B. einzelnen Kostenpunkten oder Auftragnehmern weiter schuldig.

Der Minister der Justiz hat die Kleine Anfrage 2195 mit Schreiben vom 23. August 2023 namens der Landesregierung beantwortet.

1. *Welcher externe Berater hat den Zuschlag für das Projekt „Marketing- und Mediaaktivitäten zur Nachwuchsgewinnung“ erhalten?*

Es wurden die Agenturen „Castenow GmbH“ und „Brandlocal GmbH“ beauftragt.

2. *Welche konkrete Tätigkeit hat der externe Berater hierbei übernommen?*

Die Agentur „Castenow GmbH“ war für die Fortführung der im Januar 2019 gestarteten Kampagne zur Gewinnung von Nachwuchskräften in der Justiz, insb. der Gestaltung, Umsetzung und Vermarktung von berufsspezifischen Werbekampagnen, verantwortlich.

Die Agentur „Brandlocal GmbH“ war für die Mediaplanung und Platzierung der von der Marketingagentur „Castenow GmbH“ entwickelten Werbemittel verantwortlich.

3. *Wie hoch waren die Kosten des externen Beraters für die o.g. Beraterdienstleistung?*

Die Kosten in den Jahren 2021 und 2022 summieren sich auf rd. 2 Mio €.

4. *Wie viele zusätzliche Bewerbungen sind aufgrund der Kampagne zur Nachwuchsgewinnung bei den entsprechenden zuständigen Stellen eingereicht worden?*

Eine entsprechende Bezifferung bzw. eine direkte Verknüpfung von Werbemaßnahmen zu den Bewerbungszahlen ist nicht möglich.

5. *Welche Schlüsse zieht die Landesregierung aus dem Ergebnis des Marketing- und Mediaprojekts zur Nachwuchsgewinnung des Ministeriums für Justiz?*

Es konnte festgestellt werden, dass die Kampagnen zur Nachwuchsgewinnung in den relevanten Zielgruppen auf großes Interesse stoßen. So haben sich z.B. die Klickzahlen in den Social Media-Kampagnen bei nahezu gleicher Anzahl an Sichtkontakten vom Jahr 2021 auf das Jahr 2022 mehr als verdoppelt. Um die Sichtbarkeit der Justiz als attraktive Arbeitgeberin in einem umkämpften Arbeitsmarkt zu gewährleisten, ist die Fortführung der Marketingaktivitäten daher unabdingbar.