

Kurzdokumentation

WEBLAB zur Öffentlichkeitsarbeit am 17.03.22, 15:30-16:30 Uhr
Erstellung eines Gütesiegel-Kommunikationskonzepts „Interkulturelle Vielfalt LEBEN“

Teilnehmende:

Frau Dr. Amend-Wegmann, Universitätsstadt Marburg, Leitung Fachbereich „Zivilgesellschaft, Stadtentwicklung, Migration und Kultur“
Frau Prof. Weber, Philipps-Universität Marburg, FB Erziehungswissenschaften
Frau Dr. Wagner, Universitätsstadt Marburg, WIR Vielfaltszentrum
Herr Yannik Pohl, Sparkasse Marburg-Biedenkopf, Stellvertretender Pressesprecher
Frau Ebel, Sparkasse Marburg-Biedenkopf, Gleichstellungsbeauftragte
Herr Erdar, ERDAR Consulting IT Center Biedenkopf GmbH, Geschäftsführender Inhaber
Anastasia Selinski, Vera Höltken, Studierende Philipps-Universität Marburg, FB Erziehungswissenschaften
(Entschuldigt: Herr Frantz, Sparkasse Marburg-Biedenkopf, Pressesprecher; Herr Kersten, GSK Vaccines GmbH, HR Manager)

1. Was waren unsere Zielsetzungen?

Im WEBLAB V am 24.02.2022 wurde als Ergebnis der gemeinsamen Diskussion zur Strategie der Öffentlichkeitsarbeit für das Gütesiegel festgehalten, dass zukünftig in zwei kleinen Gruppen ein Kommunikationskonzept erstellt werden soll, das nach innen und nach außen wirkt, die Vernetzung untereinander stärkt. Ein kleines Redaktionsteam erstellt eine Vorlage für regelmäßige Beiträge (Herr Frantz, Sparkasse Marburg-Biedenkopf). Zum Kommunikationskonzept gehört auch die Professionalisierung der Digitalen Plattform Transformationale (Herr Erdar, Erdar Consulting IT Center Biedenkopf GmbH). Auf dem Kommunikationskonzept aufbauend soll ein Kostenplan erstellt werden.

2. Bisherige Kommunikationsstrategie, Bestandsaufnahme

Dr. Andrea Wagner stellt die bisherigen von der der Universitätsstadt Marburg umgesetzten Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit vor (Gütesiegel Logo, Banner, Beachflag, Webpräsenz, Social Media, Trailer, Podcast Hör Mal Marburg, Pressemeldungen, Studier' Mal Marburg, Flyer, Anschreiben an Betriebe per Mail und per Post, Netzwerke & Verteiler).

Prof. Dr. Susanne Weber stellt die Ergebnisse der Kurzbefragung vor. Die Online Befragung der Gütesiegel-Organisationen zur Öffentlichkeitsstrategie wurde im Vorlauf und im Nachgang zum WebLab V im Februar 2022 versandt. Gesamtanzahl ausgefüllter Bögen 12 (8 von Zweitbewerber*innen, 4 von Erstbewerber*innen).

Ansicht der Präsentationen siehe unter 5.

3. Warum braucht es ein Kommunikationskonzept für das Gütesiegel? Ziele und Zielgruppe

Verschiedene Zielgruppen:

- ✓ Organisationen, Arbeitgeber*innen → nach **innen und nach außen**, (Auszeichnung ist nicht nur eine Urkunde zum Aushängen, sondern soll auch die Haltung verändern)
- ✓ Breite Öffentlichkeit
- ✓ Internationale Fachkräfte

Ziele:

- ✓ **Netzwerkbildung stärken;**
- ✓ **Abläufe Ausschreibung, Auswertung, Preisverleihung sind stabil, es fehlt eine Website fokussiert auf Arbeitgeber*innen;**
- ✓ **Mehrwert für das Unternehmen kommunizieren;**
- ✓ **Öffentlichkeitsarbeit ist offline nicht schlecht, online fehlt**

Die Internetseite „Transformationale“ wurde nicht als Homepage zum Gütesiegel konzipiert, sondern als digitale Ausstellung, da infolge der Corona-Situation die ursprünglich geplanten Präsenz Veranstaltungen entfielen. Die „Transformationale“ wurde als eine Alternative zu Präsenz Veranstaltungen geplant und umgesetzt.

Ideen:

Facebookseite zum Gütesiegel wird aktuell nicht bespielt, müsste im Team bespielt werden, bedeutet täglichen Arbeitsaufwand, Öffentlichkeit informieren, braucht Akteure, Netzwerke, feste Verantwortliche,

es bräuchte eine Öffentlichkeits-AG → online „Story telling“, Geschichte des Gütesiegels erzählen; Nachrichtenportal, Infoportal, FAQ, LinkedIn, Soziale Medien, usw.

Homepage: Allgemein über das Gütesiegel informieren, darin „Transformationale“ und [Gütesiegel „Interkulturelle Vielfalt LEBEN“ | Stadt Marburg](#) einbinden.

4. To do's und Terminplanung

- ✓ Herr Pohl, Frau Selinski, Frau Höltken erstellen **bis Juli 2022 ein professionelles Marketingkonzept**, das die Zielgruppen berücksichtigt;
- ✓ das Marketingkonzept dient als Grundidee für die Ausschreibung über einen Agenturpitch, z.B. über Mellow;
- ✓ das Marketingkonzept enthält einen Zeit- und Kostenplan;
- ✓ Herr Pohl fragt hält Rücksprache mit Herrn Frantz, Sparkasse Marburg-Biedenkopf;
- ✓ **Vorstellung des Konzepts am 12.07.2022** (Gütesiegel-Vernetzungsworkshop im Rotkehlchen) verbunden mit der Mittelakquise zur Unterstützung;
- ✓ **Umsetzung des Marketingkonzepts bis zur Gütesiegel-Preisverleihung am 28.09.2022;**
- ✓ Frau Selinski und Frau Höltken erstellen zeitnah ein Angebot;
- ✓ Treffen aller TN der Runde zur Erstellung eines Kommunikationskonzepts bis Ende Mai 2022, Frau Wagner erstellt eine Termin-Abfrage

5. Beiträge der Referent*innen

Dr. Andrea Wagner, WIR Vielfaltszentrum, Universitätsstadt Marburg, 17.03.2022, Webex

Bisherige Kommunikationsstrategie, Bestandsaufnahme

Gütesiegel Logo

Banner (2019), Beachflag (2021)

Webpräsenz: Marburg.de/Guetesiegel, Transformatonale

Social Media: Facebook, Instagram

Trailer

[Trailer zur Einführung des Gütesiegels](#) (2019)

[Trailer zur Preisverleihung des Gütesiegels](#) (2020)

Podcast Hör Mal Marburg

Pressemeldungen

[Pressemitteilung zur Einführung des Gütesiegels](#) (22.11.2019)

[Pressemitteilung zur Ausschreibung des Gütesiegels 2021](#) (11.02.2021)

[Pressemitteilung zur Preisverleihung des Gütesiegels](#) (14.09.2020)

[Pressebericht zur Preisverleihung 2021](#) (12.10.2021)

Studier' Mal Marburg: Ankündigung und Bericht zur Preisverleihung, 2020, 2021

Flyer (einfache Version, digital)

Ansreiben an Betriebe per Mail und per Post

Netzwerke & Verteiler:

- ✓ RTI, Wirtschaft Integriert
- ✓ Agentur für Arbeit (Biedenkopf, MR, Stadtallendorf), KJC
- ✓ STADTMARKETING MARBURG e. V., Jan-Bernd Röhlmann (Geschäftsführer)
- ✓ Vorsitzender des AFK Marburg, Zusammenschluss von über 80 Marburger Unternehmen mit über 15.000 Mitarbeiter:innen
- ✓ IHK, KHWS
- ✓ Wirtschaftsförderung Landkreis
- ✓ Kooperative Sozialplanung



Auf nachfolgenden Seiten siehe Betrag von Frau Prof. Weber

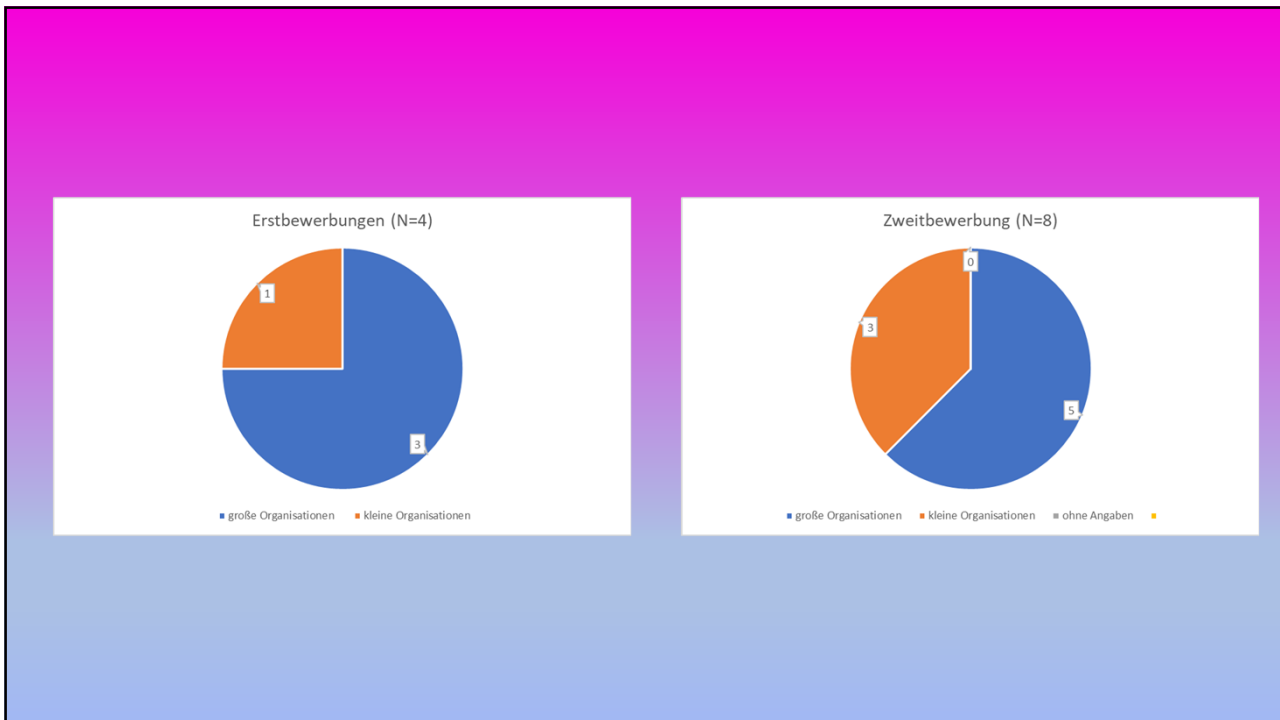
INTERKULTURELLE VIELFALT **LEBEN**



Auswertung der Kurzbefragung 25.02.2022
 Gütesiegel „Interkulturelle Vielfalt LEBEN“ (IKVL)
 Präsentiert im Weblab zur Öffentlichkeitsarbeit am 17.03.2022
 Prof. Dr. Susanne Maria Weber

Erhebungskontext und Hintergrund

- Kurzerhebung im Vorlauf und im Nachgang zum WebLab V im Februar 2022
 - Online Befragung der Gütesiegel-Organisationen
 - Gesamtanzahl ausgefüllter Bögen N = 12 (1):
 - 4 ausgefüllte Bögen von Erstbewerbungen um das Gütesiegel (1 Bögen von großen Organisationen, 1 Bögen von kleinen Organisationen und 2 ohne Angaben)
(insgesamt Bewerbungen 2021 von 6 Organisationen, davon 4 große und 2 kleine)
 - 8 ausgefüllte Bögen von Zweitbewerbungen (5 Bögen von großen Organisationen, 3 Bögen von kleinen Organisationen)
(insgesamt Bewerbungen 2021 von 6 Organisationen, davon 2 große und 4 kleine)
- (1) Eine Person hat zwei Bögen abgegeben. Hier wurde der zuletzt gesandte Bogen berücksichtigt.



Der Fragebogen – Aufbau und Struktur

3 Hauptfelder:

- Wie präsent ist das Gütesiegel interkulturelle Vielfalt LEBEN bisher in Ihrer Organisation?
- Das Gütesiegel Interkulturelle Vielfalt LEBEN sollten wir im Netzwerk öffentlich noch sichtbarer machen
- Wie kann die digitale Plattform „Interkulturelle Vielfalt LEBEN“ die öffentliche Sichtbarkeit für unsere Organisation und das Netzwerk IKVL noch weiter erhöhen?

Wie präsent ist das Gütesiegel interkulturelle Vielfalt LEBEN bisher in Ihrer Organisation?

Erst- und Zweitbewerbungen (N = 12) Das Gütesiegel IKVL ist in Ihrer Organisation präsent durch...

- das Aufstellen von **Plakaten** zur Interkulturellen Vielfalt (z. B. im Eingangsbereich und der Kantine) (0 präsent, 8 nicht präsent)
- die Platzierung eigener **Banner und Aufsteller** zum Gütesiegel in unserer Organisation (0 präsent, 8 nicht präsent)
- die Platzierung des **Gütesiegel-Logos** auf unserem **Briefpapier** und anderen **Druckerzeugnissen** (0 präsent, 8 nicht präsent)
- die Aufnahme des Gütesiegel-Logos in unser **Corporate Design** (2 präsent, 8 nicht präsent)
- die **Platzierung unserer Inhalte** auf der **digitalen Plattform** „Interkulturelle Vielfalt LEBEN“ (4 teils/teils, 4 nicht präsent)
- das Aufhängen der **Urkunde** an einer für die Öffentlichkeit und Belegschaft zugänglichen Wand (5 präsent, 1 nicht präsent)
- die Präsenz des Gütesiegels im **Intranet** unserer Organisation (3 eher präsent, 3 teils/teils)
- die Präsenz des Gütesiegels im **Internetauftritt** unserer Organisation (4 präsent, 5 nicht präsent)

3 stärksten Gewichtungen – nicht präsent :

- >> **Nach Außen:** Aufstellen Plakate Eingangsbereich
- >> **Nach Innen:** Platzierung eigener Banner etc. in Organisation
- >> **Ins Netzwerk:** eigens produzierte Videoclips

3 stärksten Gewichtungen - präsent:

- >> **Nach Außen:** Internetauftritt der Organisation
- >> **Nach Innen:** Aufhängen Urkunde, Intranet
- >> **Ins Netzwerk:** -

Anderes, nämlich: Aufkleber Gütesiegel an den Eingangstüren der Geschäftsstellen

Wie kann die digitale Plattform „Interkulturelle Vielfalt LEBEN“ die öffentliche Sichtbarkeit für unsere Organisation und das Netzwerk IKVL noch weiter erhöhen?

Erst- und Zweitbewerbungen (N = 12) Die Sichtbarkeit der digitalen Plattform erhöhen indem wir ...

- das Gütesiegel mit einem **Kalender** bekannter machen (4 stimme nicht zu, 0 stimme zu)
- die **Prozessbilder** aus der **Gütesiegel-Werkstatt** nutzen für Postkartenset (5 stimme nicht zu, 0 stimme zu)
- gezielt **„give aways“** für Mitarbeiter*innen und Kund*innen produzieren (3 teils/teils, 3 stimme nicht zu)
- die **Professionalisierung** der Plattform mit einem **gemeinsamen Budget** unterstützen (2 stimme eher zu, 4 teils/teils, 2 stimme nicht zu)
- **gemeinsame Budgets** für die ‚digitale Plattform‘ einstellen (2 stimme eher zu, 3 teils/teils, 2 stimme eher nicht zu)
- **selbst** organisationsbezogenen **Content** auf der Gütesiegel-Plattform einstellen (6 stimme eher zu, 3 teils/teils)
- eine **AG ‚digitale Plattform‘** im Gütesiegel-Netzwerk einrichten (5 stimme eher zu)
- die Inhalte der Plattform für unsere **Mitarbeiter*innen-Fortbildung** nutzen (6 stimme eher zu, 5 teils/teils)
- die Plattform mit unserer **Organisations-Website** verlinken (4 stimme zu, 8 stimme eher zu)
- den Auftritt der **Gütesiegel-Plattform** noch stärker **professionalisieren** (6 stimme eher zu)
- **themenspezifische Ausstellungen** auf der Gütesiegel-Plattform organisieren (5 stimme zu, 6 teils/teils)
- **organisationsspezifischen Content** zusammen mit der Uni Marburg entwickeln (3 stimme eher zu, 6 teils/teils)

3 stärksten Gewichtungen – wenig Zustimmung:

- >> **Nach Innen:** ‚give aways‘
- >> **Nach Außen:** Prozessbilder
- >> **Ins Netzwerk:** gemeinsames Budget für Professionalisierung Plattform

Ergebnisse Befragung Bereich Plattform

3 stärksten Gewichtungen – viel Zustimmung:

- >> **Nach Innen:** Inhalte für Mitarbeiter*inne Fortbildungen nutzen
- >> **Nach Außen:** mit Organisationsplattform verlinken
- >> **Ins Netzwerk:** AG ‚digitale Plattform‘

Größte Übereinstimmungen: Erst- und Zweitbewerbungen im Vergleich

Erst- und Zweitbew. (N = 12) Das Gütesiegel IKVL im **Netzwerk** öffentlich noch sichtbarer machen durch...

- die **mobile Präsenz** des Gütesiegels (Buswerbung) im **öffentlichen Raum** (5 teils/teils, 3 stimme eher nicht zu)
- das **Bekanntmachen** des Gütesiegels über **Kalender** oder **Postkarten** (3 teils/teils, 3 stimme nicht zu)
- Einstellen **gemeinsamer Budgets für Marketing/Öffentlichkeitsarbeit** im Gütesiegel-Netzwerk (2 stimme zu, 2 teils/teils, 2 stimme nicht zu)
- das **Bewerben** des Gütesiegels über **Wirtschaftsvereinigungen und Verbände** (5 stimme zu, 6 stimme eher zu)
- die Verbesserung des digitalen Auftritts auf unserer eigenen **Organisations-Website** (3 stimme zu, 3 stimme eher zu)
- eine öffentlich zugängliche **Ausstellung** „Interkulturelle Vielfalt LEBEN“ (7 stimme eher zu, 3 stimme eher nicht zu)

3 stärksten Gewichtungen – wenig Zustimmung:

>> **Nach Außen:** mobile Präsenz im öffentlichen Raum, Bekanntmachung über Kalender oder Postkarten

>> **Ins Netzwerk:** gemeinsame Budgets für Marketing/Öffentlichkeitsarbeit

Anderes:

„Flyer Gütesiegel zu Ausgabe an Internetseite

In unserem Kunden-Newsletter berichten

teils/teils → diese Ideen werden im neuen Arbeitskreis „Öffentlichkeitsarbeit“ geprüft

→ Erstellen Mediaplan + Budget“

• die Präsenz von **Plakatwerbung** im öffentlichen Raum (6 stimme eher zu, 3 teils/teils)

• das Einstellen einer **Öffentlichkeits- und Marketing AG** im Gütesiegel-Netzwerk (5 stimme eher zu, 3 teils/teils)

• den weiteren **Ausbau** unserer Gütesiegel-Plattform „**Transformationale Digital**“ (4 stimme eher zu, 4 teils/teils)

• die weitere Erarbeitung von **organisationsspezifischem Content in Zusammenarbeit mit der Uni Marburg** (4 stimme eher zu, 4 teils/teils)

3 stärksten Gewichtungen – viel Zustimmung

>> **Nach Außen:** Werben über Wirtschaftsvereinigungen und Verbände

>> **Ins Netzwerk:** öffentlich zugängliche Ausstellung

>> **In Organisationen:** Verbesserung eigener Organisationswebsite

Memos während des WebLabs: Impulse aus den Präsentationen

Impuls Sparkasse Marburg-Biedenkopf (Michael Frantz)

- „Thema Diversity kann auch 2022 noch **Shitstorm** auslösen“
- „Interkulturelle Vielfalt ist bei der Sparkasse **Notwendigkeit** (weil auch die Kundschaft vielfältig ist – Zugang zu Kundengruppen)“
- „Implementieren eines **Team zur Projektplanung**“

Impuls Elkamet (Sophie Cyriax)

- „**Ziel und Zielgruppendefinition** wichtig“
- „Siegel genutzt zur **Mitarbeiterbindung**/Employer Branding
- „Einbindung **externer** Personen/Gruppen“
- „Angebote für **Ausbildung** und **Praktikum**“
- „Was ich nach **außen zeigen** will, muss nach **innen gelebt** sein“
- „**MA** sind **wichtigste Zielgruppe**“
- „Die MA im **Intranet** über das Siegel informieren + danke sagen = **Gemeinschaftsleistung**“

Memos während des WebLabs: Impulse aus den Präsentationen

Impuls Abendschulen Marburg (Stefan Diehl)

- „Was ist der konkrete **Nutzen** des Siegels- nur nice to have?“
- „**Kinowerbung** für Gütesiegel“
- „Vorstellen Gütesiegel in **Gesamtkonferenz**“
- „**Vernissage/Infotisch** bei **MA-Event**“
- „Vernetzung mit Unternehmen
ü/**Plakatwerbung**“

Wie könnte sie stärker auf der digitalen Plattform sichtbar werden?

- „**Kinospot** Gütesiegel? „
- „Videoclips auf **social media**“
- „**IHK** einbeziehen“

Memos während des WebLabs: Impulse aus den Präsentationen

*Impuls Gütesiegel-Plattform
,Transformationale Digital‘ (Susanne Weber)*

- „Mit **Minimalbudget** + viel **Engagement** der **Studierenden**“
- „Modul 1 +2 sind bestückt“
- „geeignet für die **interne Kommunikation**?“
- „**Plattform vorhanden** zum Ausbau/Aufbau“

Was könnten wir ggf. zusammen mit Studierenden der Uni Marburg entwickeln?

- -> „**AK Öffentlichkeitsarbeit**, gemeinsames kreieren eines Internetauftritts“
- -> **Mehrwert** aufzeigen → was habe ich als Unternehmen davon?“