

BEUTH HOCHSCHULE
FÜR TECHNIK
BERLIN

University of Applied Sciences

Beuth Hochschule für Technik Berlin

Wintersemester 2014/2015

Studiengang: Betriebswirtschaftslehre

Fachbereich I: Wirtschafts- und Gesellschaftswissenschaften

Projektarbeit

Unternehmenskommunikation II

5. Semester Zug 2

Thema:

Diversity Management in der Berliner Senatsverwaltung für Justiz

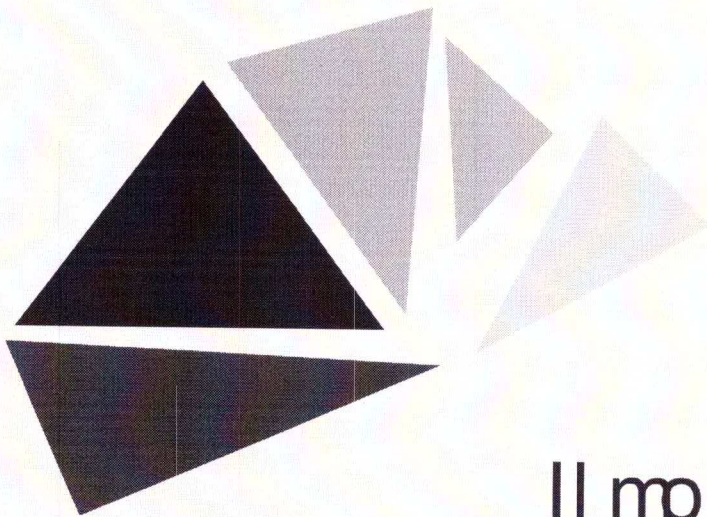
Zielsetzung:

Maßnahmen und Strategien für die Berliner Senatsverwaltung der Justiz zur Imageverbesserung

vorgelegt von: Baba, Mazlum 796113
 Khanafer, Mohamed 795965
 Senel, Fadile 792444
 Tüysüz, Meryem 796664
 Yilmaz, Ilkay 796203

eingereicht bei: Prof. Dr. Antje Ducki

Abgabetermin: 18. Dezember 2014



Ilmoma fame

Kompetent dynamisch kreativ

Ilmoma Fame GmbH
Unternehmensberatung
Kurfürstendamm 105
10711 Berlin

Tel.: 030 / 49 30-78 00 290
Fax: 030 / 49 30-78 00 293
www.ilmoma-fame.com
Info@ilmoma-fame.com

Geschäftsführerin Frau Prof. Dr. Antje Ducki
Firmensitz Berlin, Deutschland
Handelsregister Berlin Charlottenburg
USt-IdNr.DE 3652101367

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	4
2	Aufgabenstellung	4-5
	2.1 Erläuterungen zur Vorgehensweise mit Hilfe eines Ablaufplans.....	5-6
3	IST-Analyse	7
	3.1 Methodisches Vorgehen	7
	3.2 Entwicklung eines Erhebungsinstrumentes.....	7
	3.3 Gestaltung des Interviewleitfadens	7
	3.4 Datenerhebung und Datenauswertung	7-8
	3.4.1 Durchführung der Interviews mit Justizfachangestellten.....	8-9
	3.4.2 Durchführung der Straßenbefragungen.....	9-18
	3.4.3 Durchführung der Gruppendiskussionen	18-19
	3.4.4 Messebesuch.....	19
	3.5 SWOT-Analyse	19
4	SOLL-Konzept	20
	4.1 Definition marke und Relevanz der Markenbildung	20-21
	4.2 Identitätsbasierte Markenführung.....	21
	4.3 Imageaufbau der Berliner Justiz in der Öffentlichkeit	21-22
	4.4 Imageaufbau der Berliner Justiz als Arbeitgeber.....	22-23
	4.4 Ideenentwicklungen für die Imageverbesserung der Justiz in der Öffentlichkeit und als Arbeitgeber	23-24
5	Fazit	24
6	Quellen- und Literaturverzeichnis	25
7	Anhang	26-31

1 Einleitung

Im Rahmen des Moduls Unternehmenskommunikation II sollten wir ein Studienprojekt konzipieren, wobei sich das Thema auf die Analyse zum Konzept des Diversity Management für die Berliner Senatsverwaltung beschränkt. Hierbei stand der Imageaufbau in Bezug auf die Erhöhung des Interesses für den Beruf der Justizfachangestellten bei Migranten/innen mit türkischem und arabischem Migrationshintergrund nach Wunsch des Kunden im Fokus. Im Rahmen dieser Arbeit gründeten wir dafür eine fiktive Unternehmensberatungs-Gesellschaft, die den Namen „Ilmoma Fame GmbH“ trägt. Erwähnenswert wäre hierbei, dass sich die Namensgebung unseres Unternehmens auf die Initialen der einzelnen Gruppenmitglieder zurückführen lässt und durch Eigenkreativität entstanden ist. Die Projektarbeit wurde in enger Kooperation mit der Berliner Senatsverwaltung für die Justiz durchgeführt.

In der nachfolgenden Arbeit werden zunächst die einzelnen Arbeitsschritte unserer Vorgehensweise in Bezug auf die Aufgabenstellung vorgestellt, um Ihnen ein übersichtlichen Einblick auf die Arbeit zu gewähren. Anschließend wird das IST- sowie Soll-Konzept näher erläutert, wobei wir hier auf die wesentlichen Arbeitsschwerpunkte unserer Analyse tiefgründiger eingehen werden.

Die im Anschluss daraus resultierende Ideenentwicklung für den Imageaufbau wird durch die von uns herangezogene Literatur wiederlegt und hervorgehoben. Ergänzend werden die damit verbundenen Herausforderungen bei der praktischen Umsetzung ebenfalls zum Vorschein gebracht.

Im abschließenden Fazit werden noch einmal die für uns wichtigsten Erkenntnisse sowie mögliche Lösungsansätze und Maßnahmen dieser Analyse zusammengetragen und für das beratende Unternehmen präsentiert.

2 Aufgabenstellung

Anlässlich unseres Vorgesprüches mit Frau Dr. Lammer, der Vizepräsidentin des gemeinsamen juristischen Prüfungsamts der Länder Berlin und Brandenburg die auch zugleich Richterin am Kammergericht ist, wurde uns von ihr mitgeteilt, dass aufgrund des demografischen Wandels, den Sparvorgaben sowie dem Wirtschaftlichen Wachstum des Staates um 7,5 % ein Personalbedarf in der Berliner Justizverwaltung besteht.

Die aus diesem Hintergrundwissen für uns resultierende Aufgabenstellung, umfasst das gesamte Analysen Konzept im Themenbereich der Unternehmens-, und Organisationskommunikation. Verstärkt hierbei jedoch beschränkt sich die Analyse speziell darauf, dass Interesse potenzieller Bewerber/innen mit Migrationshintergrund für den Ausbildungsberuf der Justizfachangestellten zu generieren und parallel dazu, dass bestehende Image der Berliner Justizverwaltung als attraktiver Arbeitgeber sowie in der Öffentlichkeit zu verbessern.

Die Herausforderung liegt darin, durch die Imageverbesserung, die Senatsverwaltung für Justiz mit Hilfe von Strategien und praktisch realistischen Maßnahmen als attraktiven Arbeitgeber auf dem Arbeitsmarkt zu positionieren.

Anbetracht dessen wurden die folgenden Fragen von der Kundin formuliert, die von uns tiefgründiger erfasst und in der nachfolgenden Arbeit bearbeitet wurden.

- I. Welche Assoziationen verbinden die Befragten mit der Justiz?
- II. Was können die Befragten mit dem Begriff der Justizfachangestellten und des Justizwachtmeisters anfangen?
- III. Wo suchen die Schüler/innen nach Ausbildungsmöglichkeiten?
- IV. Gab es bereits jeglichen Kontakt mit der Justiz? (privat/familiär)
- I. Welche Bedeutung hat die Frage im Dienst ein Kopftuch zu tragen?

Die Hauptbestandteile dieser Durchführung lagen darin, eine aktuelle Befragungsanalyse mit Bürger/innen, insbesondere mit türkischem sowie arabischem Migrationshintergrund zu entwickeln. Basierend auf diesen Fragestellungen haben wir unser gesamtes Analyse-Konzept aufgebaut. In den folgenden Kapiteln werden daher die wesentlichen Gestaltungsprozesse in Bezug auf das Personalmarketing mit vergleichbaren Aspekten auf interner und externer Ebene verglichen. Nach detaillierter Ausarbeitung der Vergleiche, lassen sich im letzten Schritt wie auch schon in der Einleitung im Voraus beschriebene Gestaltungsempfehlungen für den Kunden ableiten.

2.1 Erläuterungen zur Vorgehensweise mit Hilfe eines Ablaufplans

Mit Hilfe eines von uns entwickelten Ablaufplanes kann das vollständige Vorgehen unserer Arbeit abgeleitet werden, wobei wir dies in verschiedene Aufbauphasen unterteilt haben, um die Bearbeitung besser strukturieren und organisieren zu können. Zur Realisierung der Aufgabenstellung wurden von uns zusätzlich folgende Ablaufschritte konzipiert:

- I. Interview mit einem Auszubildenden zum Justizfachangestellten
- II. 100 Straßenbefragungen mit Bürgern mit / ohne Migrationshintergrund
- III. Gruppendiskussionen zum Thema des Imageaufbaus der Berliner Justiz
- IV. Auswertung der Straßenbefragung und Gruppendiskussion
- V. SWOT- Analyse bezogen auf die Berliner Justiz als attraktiver Arbeitgeber

Diese Fragestellungen sind ausschlaggebend für die Anwendung der Methoden um das gewünschte und von uns angestrebte Ziel erreichen zu können. Anbetracht dessen können Sie im nachfolgenden den eben erwähnten Ablaufplan entnehmen, welcher zugleich ein Einblick in unsere Arbeitsstruktur aufweist.

Phasen	Themen	Termine
I Vorgespräche*	⇒ <i>Kennenlernen / Erste Kontaktaufnahme</i>	16.10.14
	⇒ <i>Klären der Ausgangssituation und der Ziele</i>	–
	⇒ <i>Präzisierung der Aufgabenstellung</i>	21.10.14
II Analyse und Diagnose	⇒ Entwicklung eines Erhebungsinstrumentes auf der Grundlage der Auswertung relevanter Literatur zum Thema Imageentwicklung	22.10.14
	⇒ Datensammlung	–
	⇒ 100 Straßenbefragungen in verschiedenen Altersgruppen und an unterschiedlichen Standorten wie z.B. Wedding, Potsdam und Spandau	07.11.14
	⇒ Amtsgericht Neukölln (Interview mit Justizfachangestellten, Auszubildenden sowie der Ausbildungsbeauftragten)	
	⇒ Amtsgericht Schöneberg (Hausführung)	
	⇒ Auswertung der Straßenbefragung und der Interviews	
	⇒ Gruppendiskussion (Kulturvereine wie Türkisch-Deutsches Zentrum e. V., ggf. weitere Vereine) ⇒ Besuch einer Ausbildungsmesse ⇒ Auswertung der Gruppendiskussion sowie der Messe	
III Konzept- entwicklung	⇒ Imageaufbau der Berliner Justiz in Bezug auf das Ansehen in der Öffentlichkeit	10.11.14
	⇒ Imageaufbau der Berliner Justiz als Arbeitgeber insbesondere für den Beruf der Justizfachangestellten bei Bewerber/innen mit Migrationshintergrund	–
	⇒ Ideenentwicklung für die Imageverbesserung in der Öffentlichkeit und als Arbeitgeber	12.12.14
IV Ergebnis- präsentation	⇒ Vorbereitung und Darstellung der Projektendergebnisse	15.12.14
	⇒ Abschlussbericht	–
*		18.12.14

*erledigt

Quelle: eigene Darstellung

3 IST- Analyse

3.1 Methodisches Vorgehen

Im Folgenden wird die methodische Vorgehensweise der Straßenbefragung, der Interviews sowie der Gruppendiskussionen dargestellt. Dabei wird zunächst das Erhebungsinstrument, welches von uns angewandt wurde, näher erläutert. Die Entwicklung des Erhebungsinstruments bekommt im Rahmen der Marktforschung eine große Bedeutung, da es das sogenannte Mittel zur Durchführung einer Untersuchung also z. B. ein Fragebogen darstellt. Der Fragebogen ist auch bei unserem Vorgehen das Erhebungsinstrument, welches von uns verwendet wurde, um eine standardisierte Befragung zu entwickeln und darüber hinaus den Leitfaden eines Interviews aufbauen zu können. Anschließend wird die Vorgehensweise bei der Datenerhebung und bei der Datenauswertung beschrieben. Schließlich werden allgemeine Aussagen zu den Daten, die mit dem Erhebungsinstrument in Zusammenhang stehen, getroffen und näher erläutert.

3.2 Entwicklung des Erhebungsinstruments

Die Straßenbefragungen, Interviews sowie auch die Gruppendiskussionen sind Methoden aus der empirischen Sozialforschung, die qualitative Daten liefern. Sie dienen dazu exklusives Wissen zu erwerben, welches sonst nur schwer zugänglich wäre. Die Erhebung der Meinungen der einzelnen befragten Bürger/innen erfolgte in Form von Interviews, Straßenbefragungen und Gruppendiskussionen. Diese Formen der Methoden sind dadurch charakterisiert, dass sie sich nicht quantitativ auswerten lassen und an einen Leitfaden gebunden sind. Bei der Erstellung des Leitfadens kommt dem Interview, der Gruppendiskussion und der Straßenbefragung eine wichtige Bedeutung zu, da diese zugleich eine zielorientiertere Struktur ermöglichen.

3.3 Gestaltung des Interviewleitfadens

Die Erstellung des Leitfadens im Rahmen der vorliegenden Arbeit erfolgte in mehreren Schritten. Die Fragestellungen, die sich als Schlussfolgerungen aus dem theoretischen Teil der Arbeit ergaben, bildeten die Basis für die Entwicklung des Leitfadens. Weitere Fragestellungen konnten aus dem Vorgespräch mit der Kundin abgeleitet werden. Die sich ergebenden Fragen wurden in einem zweiten Schritt in möglichst neutrale und offene Fragen umgewandelt, um die gewünschten Auskünfte zu den zugrunde liegenden Fragestellungen zu erhalten, ohne dabei bestimmte Antworten auf die Fragen zu suggerieren. Im Interviewleitfaden wurden die übergeordneten und untergeordneten Fragen sortiert, um eine bessere Struktur erzielen zu können. Die übergeordneten Fragen dienen der Einführung in das entsprechende Themengebiet, während die untergeordneten Fragen lediglich gestellt werden sollten, falls es zum Gesprächsverlauf passt. Erwähnenswert wäre hier noch, dass die Frageformulierungen bei der Gruppendiskussion zum einen verbessert wurden, um die Informationsgewinnung stärker auf bestimmte Aspekte fokussieren zu können, welche zuvor unzureichend beachtet oder aber sich aus unserer Sicht als besonders wichtig herausgestellt haben. Die Mehrheit der Fragen des Interviewleitfadens der Straßenbefragung dient der objektiven Beurteilung von Sachverhalten.

3.4 Datenerhebung und Datenauswertung

In den folgenden Abschnitten dieses Kapitels werden die Ergebnisse der Interviews in der Reihenfolge ihrer Durchführung dargestellt. Zu Beginn erfolgt die nähere Erläuterung der durchgeführten Interviews mit den Justizfachangestellten in den Amtsgerichten Schöneberg und Neukölln. Darüber hinaus ergab sich für uns die Möglichkeit einen weiteren Justizfachangestellten zu befragen, welcher sich in der Ausbildung befindet. Diese Möglichkeit nutzten wir ebenfalls und führten diese in den folgenden Auswertungen mit auf. Des Weiteren wird die Gruppendiskussion aufgegriffen und näher erläutert. Erwähnenswert wäre hierbei, dass

je nach Ausführungen der Befragten die Reihenfolge und Art der Fragestellung dem Gesprächsverlauf individuell von uns angepasst wurde.

3.4.1 Durchführung der Interviews mit Justizfachangestellten

Im ersten Anhang finden Sie die tabellarische Auswertung der Interviews mit den schon eben erwähnten Justizfachangestellten sowie dem Auszubildenden im Vergleich zueinander. Beachten Sie bitte hierbei, dass Sie die Fragen, welche gestellt wurden, im Einzelnen ausführlich im zweiten Anhang wieder finden.

Die aus diesem Vergleich erwähnenswerten Aussagen ermöglichen uns ein besseres Verständnis für die bestehende Analyse zu erwerben. Die für uns wichtigsten Erkenntnisse haben wir natürlich explizit aus dem gesamten Fragenkatalog herausgefiltert.

Bei der Fragestellung „Wie sind Sie auf den Ausbildungsberuf gestoßen?“ (siehe Anhang 2, Frage 3) geht hervor, dass eine einheitliche Antwort zustande gekommen ist. Diese weist zusammenfassend daraufhin, dass durch den Einfluss und der Lenkung seitens der Familie und der Freunde die Berufswahl zum Justizfachangestellten eingelenkt wurde. Folge dessen lässt sich für das weitere Vorgehen ableiten, dass die Mund-zu-Mund-Propaganda ein wichtiges Element ist, um Aufmerksamkeit zu erwerben. Auch der Bekanntheitsgrad des Berufs kann tendenziell somit erhöht werden. Im Vergleich zu einem anderen Beruf ist der des Justizfachangestellten sehr uninteressant, unentdeckt und zumal auch überhaupt nicht bekannt. Nach dieser Erkenntnis kann durch die Mund-zu-Mund-Propaganda diese Wissenslücke gedeckt werden und der Beruf kann somit in einem anderen Blickwinkel erscheinen, wodurch letztendlich dann das Interesse bei den potenziellen Bewerber/innen gesteigert wird.

Eine weitere für uns hervorzuhebende Frage ist „Was könnten Ihres Erachtens nach Gründe dafür sein, dass die Anzahl der Bewerber/innen mit Migrationshintergrund so gering ist?“ (siehe Anhang 2, Frage 9). Zwar kamen bei dieser Fragestellung unterschiedliche Aussagen zusammen, jedoch lassen die sich ebenfalls auf einen gemeinsamen Nenner bringen. Die Grundaussage, welche von den einzelnen Aussagen hervorgeht beruht darauf, dass die Ungewissheit des Berufes, das damit verbundene geringe Interesse und die negativen Erfahrungen die zuvor getroffenen Vermutungen verstärken. Die zentrale Aussage bleibt dennoch die Ungewissheit über diese Berufsgruppe.

Durch die Frage „Wie zufrieden sind Sie mit der Ausbildung bzw. mit ihrer Berufswahl?“ (siehe 10. Frage, zweiter Anhang) konnten wir für uns positive Schlussfolgerungen ziehen, denn auch hier ergab sich eine einheitliche Meinung. Diese basierte jedoch darauf, dass alle drei sehr zufrieden mit ihrer Berufswahl sind. Anbetracht dessen, dass der Beruf eigentlich unbekannt ist, welches aus der vorherigen Fragestellung zu entnehmen war, erscheint nun bei näherer Betrachtung der Beruf interessanter. Dieses lässt vermuten, dass nach der Entscheidung diesen Berufsweg einzuschlagen, hauptsächlich nur positive Erfahrungen erzielt werden.

Der Beruf scheint also nicht wie oberflächlich spekuliert so trocken und langweilig zu sein, sondern enthält auch eine Vielzahl positiver Aspekte. Die resultierende Maßnahme die hier angesetzt werden kann, bezieht sich vor allem darauf, den Beruf auch in der Öffentlichkeit positiv erscheinen zu lassen. Die Glaubwürdigkeit, dass die Vorurteile die sich durch schlechte Erfahrung ergeben haben, nicht auf den Beruf zurückführen lassen. Dieser Ansatz müsste nach den bisherigen Ergebnissen bei den potenziellen Bewerbern/innen verändert werden.

Eine weitere für uns augenscheinlich wichtige Frage war: „Wie denken Sie über das Thema „Justiz als Attraktiver Arbeitgeber“? (siehe 13. Frage, zweiter Anhang) auch hier kam eine einheitliche Meinung zustande, die im Grunde genommen schon aus den her vorigen Antworten abgeleitet werden konnte. Diese besagte, dass ein starker Verbesserungsbedarf bezüglich der Ungewissheit über die Vielfalt des Berufs herrscht. Der bestehende sichere Arbeitsplatz sollte diesbezüglich eine Attraktivität für potenzielle Bewerber/innen darstellen und in den

Vordergrund rücken, sowie auch die weiteren unentdeckten Vorteile die sich mit dem Beruf verknüpfen lassen. Es ist deutlich zu erkennen, dass sich die Justizfachangestellten auch bewusst sind, wie der von ihnen ausgeübte Beruf in der Öffentlichkeit wirkt und vor allem was dieser repräsentiert.

Die mangelnde optische Gestaltung die keineswegs einer modernen Gestaltung ähnelt trägt stark dazu bei, dass dieses Bild in den Köpfen der Bürger/innen verankert ist. Sie schrecken wegen der architektonische Gestaltung zumal zurück und verbinden damit jegliche negative Gedankenzüge, welche unsererseits auch nachvollziehbar sind. An diesem Punkt würden wir gerne auch auf unserer Eigenen Eindrücke verweisen, welche beim Besuch im Amtsgericht Schöneberg und Neukölln zustande kamen. Die Befragungen der Justizfachangestellten fanden in den jeweiligen Amtsgerichten statt, was uns zugleich ein Einblick in ein solches Gebäude ermöglichte.

Gerne würden wir auch die Möglichkeit ergreifen und unsere Eindrücke schildern. Innerhalb unserer Gruppen kamen wir zu einer einheitlichen Meinung, bezüglich unseres Wohlempfindens innerhalb der Amtsgerichte. Bei dem Rundgang in die verschiedenen Räumlichkeiten bekamen wir alle ein bedrückendes Gefühl, die hohen, gestapelten Akten in den Regalen waren ausschlaggebend für diesen Eindruck. Es erweckte den Eindruck einer endlosen nie endenden Arbeit, da Akten in einer Vielzahl vorhanden waren. Doch auch die Ausstattung trug dazu bei, dass wir uns kaum wohlfühlen konnten. Kahle Wände, schlichte und einfache Gestaltungen unterstreichen diese Wirkung in den großen Räumen. Doch nicht nur die Räumlichkeiten, sondern auch die gesamte architektonische Gestaltung ist hier zu erwähnen. Vor allem die großen, massiven Türen und Fenster sowie die meterlangen leeren Flure verstärkten unsere Gesamtwahrnehmung schon in den ersten Minuten. Unsere gesammelten Eindrücke waren besonders intensiv und nachhaltig, wodurch wir die Eindrücke vor allem bei den durchgeführten Befragungen besser nachvollziehen konnten.

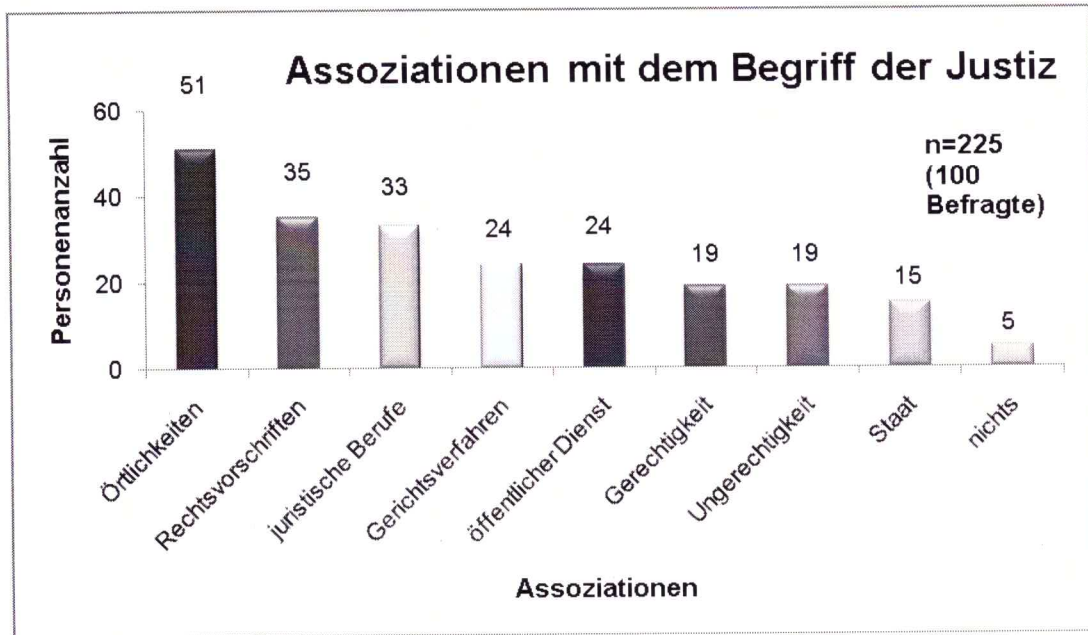
Doch nun zurück zu unserer Auswertung auffallend war ebenfalls noch, dass uns von dem Auszubildenden des Öfteren mitgeteilt wurde, dass speziell die Berufsschule deutlich von der Praxis abschweift. Die Berufsschule sollte Praxisorientierter gestaltet werden, sodass man das in der Theorie erlernte Wissen auch in der Praxis gut umsetzen kann.

Weitere Veränderungen innerhalb des Berufs wurden nicht angemerkt, was daraus zurückzuführen ist, dass die ersten Verbesserungen bei der Berufsschule angeknüpft werden sollten. Erwähnenswert wäre hierbei noch das bei der Frage „Wie wird Ihre Berufswahl von Freunden und Ihrer Familie wahrgenommen“? (siehe Anhang 2, Frage 7) eine gespaltene Meinung zugrunde liegt, zum einen dritt wieder die Unbekanntheit des Berufs und die damit verbundenen negativen Assoziation in den Vordergrund und zum anderen besteht eine positive Rückkopplung über die Berufswahl seitens der Freunde und der Familie.

Die Einzelheiten über jede von uns gestellte Frage entnehmen sie bitte der obigen tabellarischen Auswertung, denn die hier von uns wiedergegeben Fragen überdecken nicht den gesamten Fragekatalog.

3.4.2 Durchführung der Straßenbefragung

Im Folgenden Abschnitt der Arbeit wird auf die Auswertung der Straßenbefragung für die IST-Analyse des Projektes eingegangen. Insgesamt haben 100 Personen an der Umfrage teilgenommen. Diese wurden in Wedding, Potsdam und Spandau durchgeführt. Alle Daten der Umfragen stammen aus dem Jahr 2014. Die Ergebnisse wurden mit Hilfe von Säulendiagrammen dargestellt. Die Auswertung der Diagramme ist jeweils unter der Grafik wiederzufinden. Einige Schaubilder weisen Legenden auf, welche die Bedeutung, der in der Grafik benutzten Farben der Säulen, darlegen.



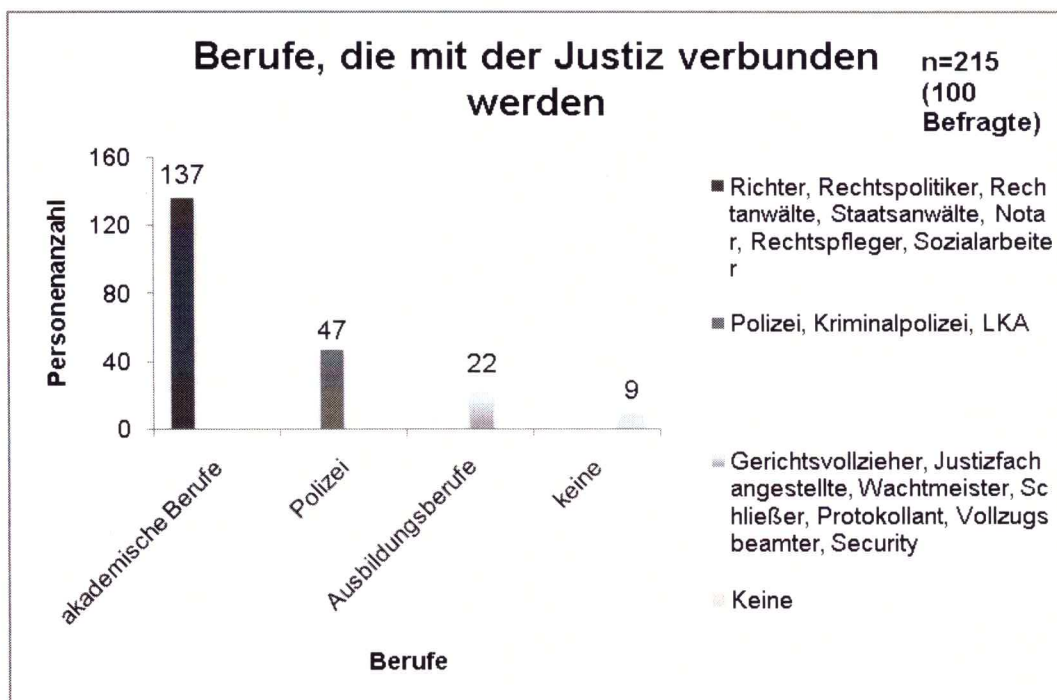
Quelle: eigene Darstellung

- Behörden, JVA, Senat, Gefängnis, großes altes Gebäude, Gericht
- Gesetze, Regeln, Rechte, Gesetzbuch, Ordnung
- Staatsanwalt, Rechtsanwalt, Richter, Notar, Rechtswissenschaften, Jura
- Vorladung, Zeugen, Prozess, Anklage, Urteil, Strafe, Bürger
- Polizei, Ordnungsamt
- Gerechtigkeitsverfolgung, Richtigkeit, Vertrauen, Schutz/Sicherheit
- Korruption, Angst, Ungerechtigkeit, kein Vertrauen, Selbstjustiz, Gewalt, Betrüger, Ausländerbenachteiligung, Korruption
- Regierung, Staatsgewalt, Lobbyismus
- nichts

Das Thema der ersten Grafik gibt Auskunft darüber, womit die 100 Umfrageteilnehmer die Justiz assoziieren. Durch die Option mehrerer Antwortmöglichkeiten sind insgesamt 224 Assoziationen angegeben worden. Dem Diagramm zufolge ist deutlich erkennbar, dass der Großteil der Befragten die Justiz mit "Gebäuden, Rechten, Gesetzen, Ordnungen und juristischen Berufen" verbindet. In Bezug auf das Gebäude der Justiz beruhen viele der Angaben auf dessen äußerliche Merkmale (alt, kalt, groß), welche eher als negativ und beängstigend zu bewerten sind. Darüber hinaus ist vor allem die direkte Gleichstellung der Justiz mit der Polizei bemerkenswert.

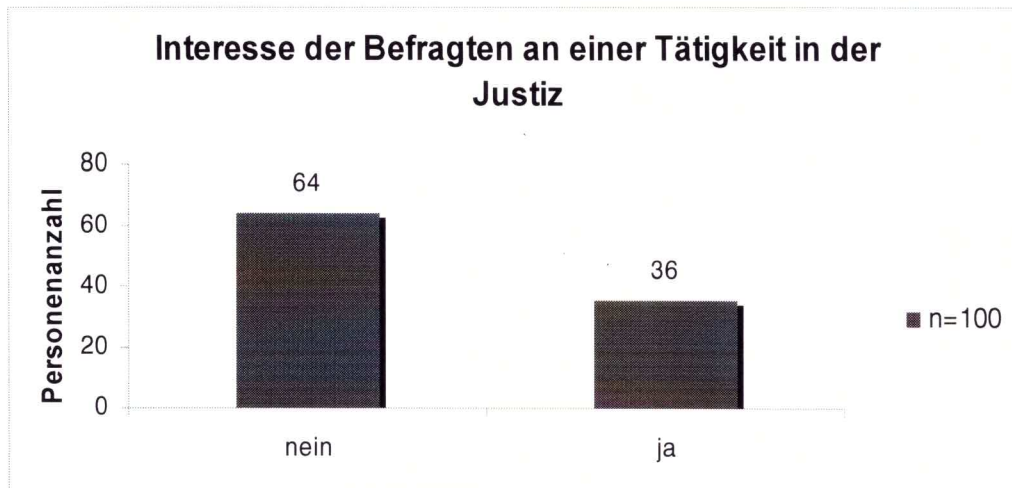
Des Weiteren kann man feststellen, wieweitere 19 Personen die Justiz als positivempfinden und der Meinung sind, es sorgefür Gerechtigkeit und beseitigunggerechte Taten. Wenn man jedocheinen konkreten Blick auf die Auswertung wirft, sieht man, dass ebenso 19 Teilnehmer genau umgekehrter Meinung sind. Die Mehrzahl dieser 19 Personen ist der Ansicht, die Justiz handle ungerecht gegenüber den Bürgern Deutschlands. Die negative Empfindung dieser Befragten stellen jedoch nur 1/5 der gesamten Befragungen dar und machen somit nur die Minderheit der gesamten Auswertung des Diagramms aus.

Bei einer zusätzlichen Fragestellung, gaben 2/3 von 100 Befragten an, keine Vorstellung dessen zu haben, was die Justizverwaltung ist und wofür es steht. Dieses Resultat basiert auf insgesamt 65 Angaben und beruht somit auf die Mehrheit der Gesamtanzahl der Befragungen.



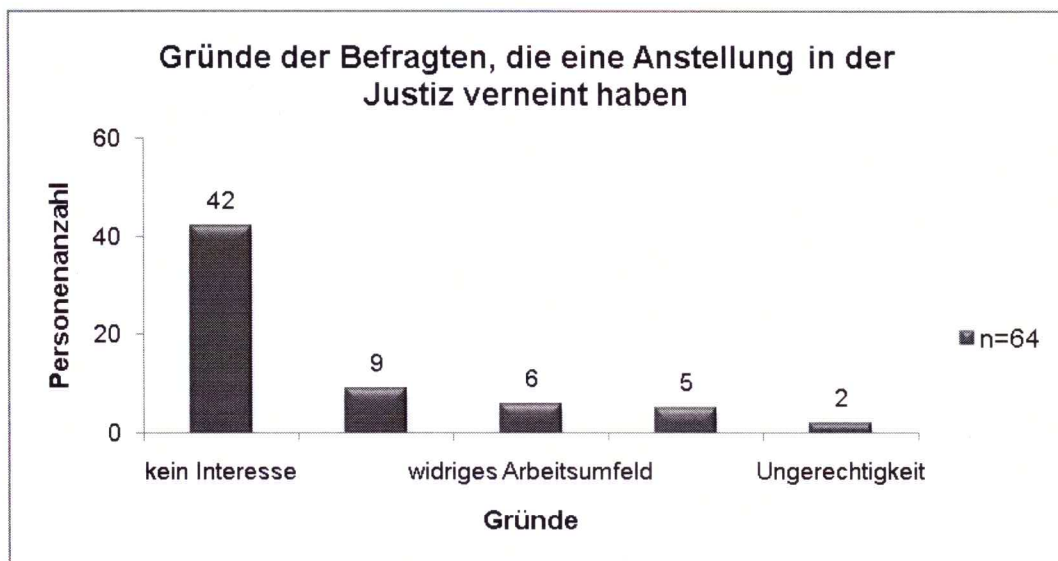
Quelle: eigene Darstellung

Die zweite Grafik zeigt, welche Berufe die Befragten mit der Justiz verbinden. Wie bei der ersten Fragestellung war hier die Option gegeben, mehrere Antworten zu nennen. Aus dem Diagramm geht hervor, dass die 100 Umfrageteilnehmer insgesamt 215 Assoziationen erwähnt haben. Vor allem stellt die Mehrheit der Befragten folgende akademische/juristische Berufe mit der Justiz gleich: "Richter, Rechtspolitiker, Rechtsanwalt, Staatsanwalt, Notar, Rechtspfleger, Sozialarbeiter". Darüber hinaus verbinden 47 Personen den Beruf der Polizisten mit der Justiz. Anhand des Diagramms kann man feststellen, dass nicht einmal 1/4 der Befragten den Beruf der Justizfachangestellten genannt haben. Es lässt sich schlussfolgern, dass die Bürger über wenig bis keine Informationen in Bezug auf diesen Ausbildungsberuf verfügen. Selbst nachdem die Personen direkt zum Beruf der Justizfachangestellten befragt wurden, konnte sich die Mehrzahl kein klares Bild hierzu machen.



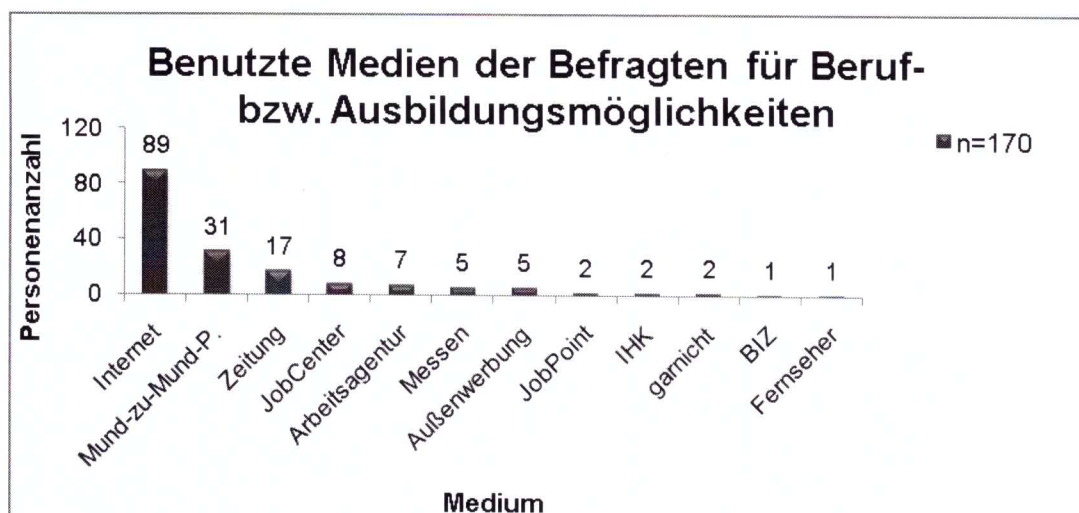
Quelle: eigene Darstellung

Anhand dieses Säulendiagramms kann man schlussfolgern, dass 64 von 100 Personen eine Anstellung in der Justiz verneinen. Während der Befragungen war bei dieser Fragestellung vor allem die schnelle Antwort der Befragten ohne jegliche Zögerung auffällig. Das nachfolgende Diagramm stellt die Gründe der 64 Personen dar, die sich gegen eine Anstellung in der Justiz entscheiden würden.



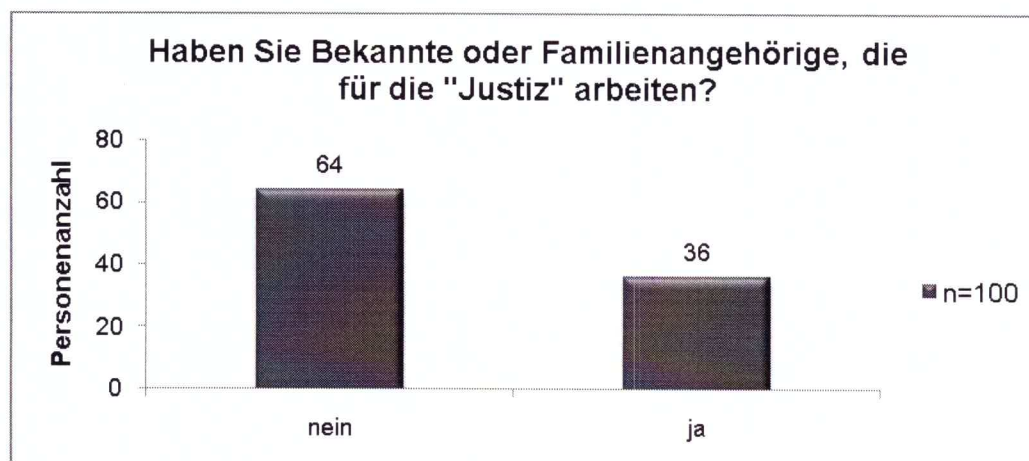
Quelle: eigene Darstellung

Deutlich sichtbar überwiegt der erste Grund "kein Interesse" alle weiteren Gründe. Diese stellen bereits 2/3 der gesamten 64 Verneinungen dar. Grund für kein bestehendes Interesse liegt vor allem nach Aussagen der Befragten darin, dass eine Arbeit in der Justiz als zu trocken und langweilig empfunden wird. Gemäß den Äußerungen wollen die Personen überwiegend keine Bürotätigkeiten ausführen. Des Weiteren ist zu erkennen, dass neun Personen eine Anstellung in der Justiz aufgrund von "negativen Erfahrungen" verneint haben. Diese "negativen Erfahrungen" basieren auf Familienerlebnisse und auf Erlebnisse, die sie aus dem Freundesumkreis mitbekommen haben. Den Befragten zufolge haben diese Erfahrungen das Bild der Justiz im Allgemeinen enorm verschlechtert. Zwei Personen begründeten ihre Antwort mit der ungerechten Behandlung der Justiz, den Bürgern in Deutschland gegenüber.



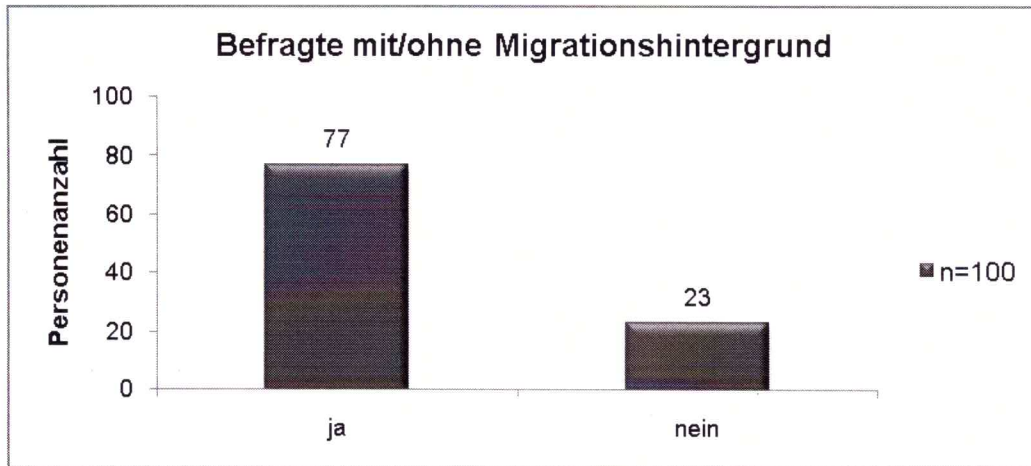
Quelle: eigene Darstellung

Dieses Schaubild zeigt die Medien an, welche von den Befragten bei der Suche nach Berufs- bzw. Ausbildungsmöglichkeiten bevorzugtbenutzt werden. Bei dieser Fragestellung war die Möglichkeit gegeben, mehrere Antworten anzugeben. Lautdem Diagramm ist das erste Medium "Internet" sehr augenfällig. Mit 89 Angaben stellt dieses Medium die Hälftealler Angaben dar. Die "Mund-zu-Mund-Propaganda" stellt mit 31 Angaben das zweithäufigste Medium dar.Obwohl die Medien"JobCenter, Arbeitsagentur für Arbeit, Messen" gute Möglichkeiten zur Erlangung von Informationen über geeignete Berufs- bzw. Ausbildungsmöglichkeiten bieten, werden diese von Befragten in der Minderheit bevorzugt. Das "Internet" stellt schlussfolgernd das wichtigste Medium der heutigen Zeit dar. Nach eigenen Erkenntnissen kann weitgehend gesagt werden, dass Gestaltungsmaßnahmen vor allem auf sozialen Netzwerken eine gute Möglichkeit zum Imageaufbau bieten können.



Quelle: eigene Darstellung

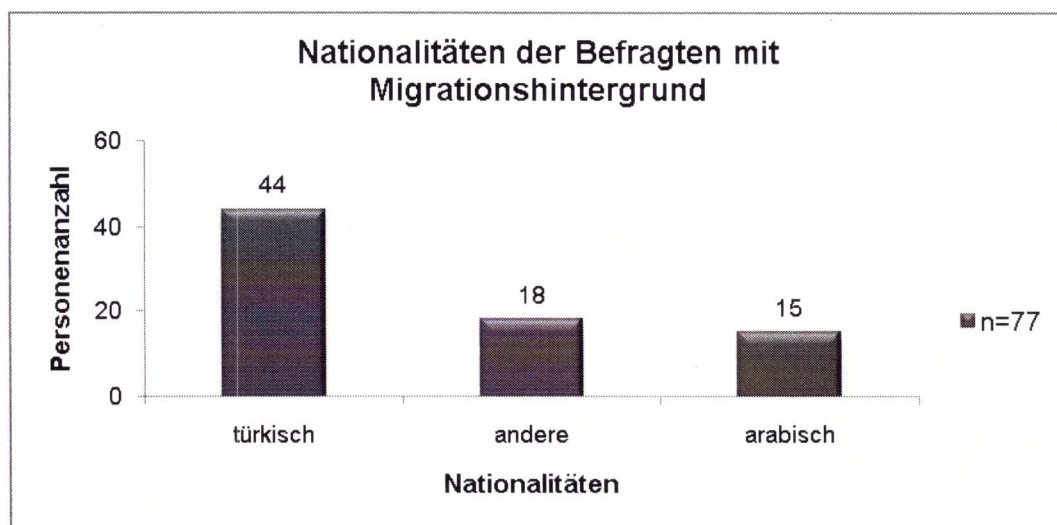
Der Grafik zufolge sind von der Mehrzahl der befragten Personen keine Bekannte oder Familienangehörige in der Justiz tätig. Hierbei ist das Verständnis der Befragten über die Justiz anders zu bewerten, da diese es mit Begriffen assoziieren, welche die Justiz nicht direkt wiedergeben. Beispielsweise gab die Mehrheit der 36 Befragten an, dass Bekannte oder Familienangehörige als Polizisten oder Rechtsanwälte in der Justiz tätig wären. Diese Aussagen können auf fehlendes und wahrhaftes Wissen über die Justiz zurückgeführt werden.



Quelle: eigene Darstellung

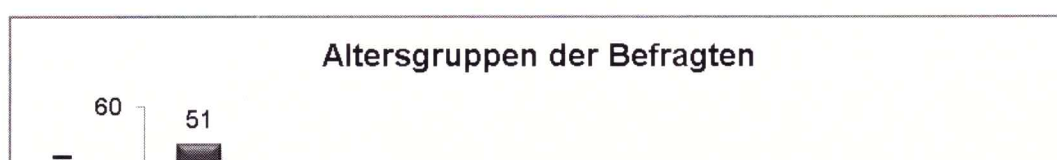
Wie bereits in den vorherigen Diagrammauswertungen mehrfach erwähnt, haben 100 Personen an der gesamten Umfrage teilgenommen. Von denen waren 77 Personen Deutsche mit einem Migrationshintergrund. Demnach wurde gezielt 23 Personen befragt, die keinen Migrationshintergrund aufwiesen.

Dienachstehende Grafik beleuchtet die Nationalitäten der 77 Umfrageteilnehmer mit Migrationshintergrund.



Quelle: eigene Darstellung

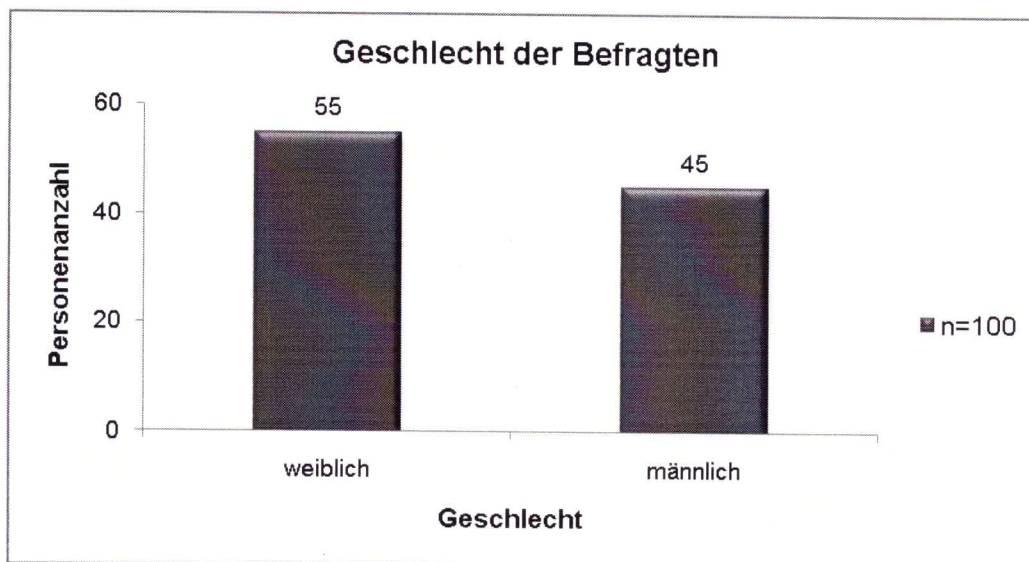
Da die Berliner Justizverwaltung das Interesse für Ausbildungsangebote der deutschen Bürger vor allem mit türkischem und arabischem Migrationshintergrund wecken möchte, wurden gezielt in der Mehrheit Bürger/innen mit Migrationshintergrund befragt. Von 77 Befragten mit einem Migrationshintergrund haben 44 Personen einen türkischen, 15 einen arabischen und 18 andere Nationalitäten. Durch die vorbestimmte Zielgruppendefinition konnten somit die Meinungen von Bürger/innen mit einem Migrationshintergrund über die Justiz gezielt erforscht werden.



Quelle: eigene Darstellung

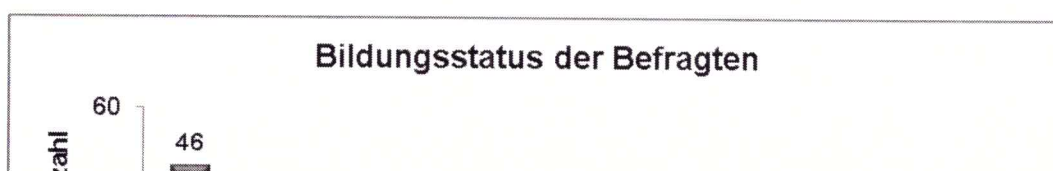
Potenzielle Auszubildende der Berliner Justizverwaltung stellen Bürger nach dem MSA Abschluss oder mit einem höheren Abschluss dar. Aus diesem Grund wurde der Fokus auf diese Zielgruppe gelegt.

Mit 51 Angaben stellt die erste Altersgruppe zwischen "15 und 20" Jahren die Mehrzahl der Befragten dar, welche bereits die Hälfte der gesamten Umfrageteilnehmer ausmacht. Dagegen haben 11 Personen über 46 Jahre bei der Umfrage teilgenommen. Durch die Teilnahme der älteren Altersgruppe konnten wichtige Erkenntnisse im Vergleich zur jüngeren Generation gemacht werden. Es stellte sich heraus, dass die ältere Befragtengruppe viel mehr Wissen über die Justiz besitzt, als die jüngere.



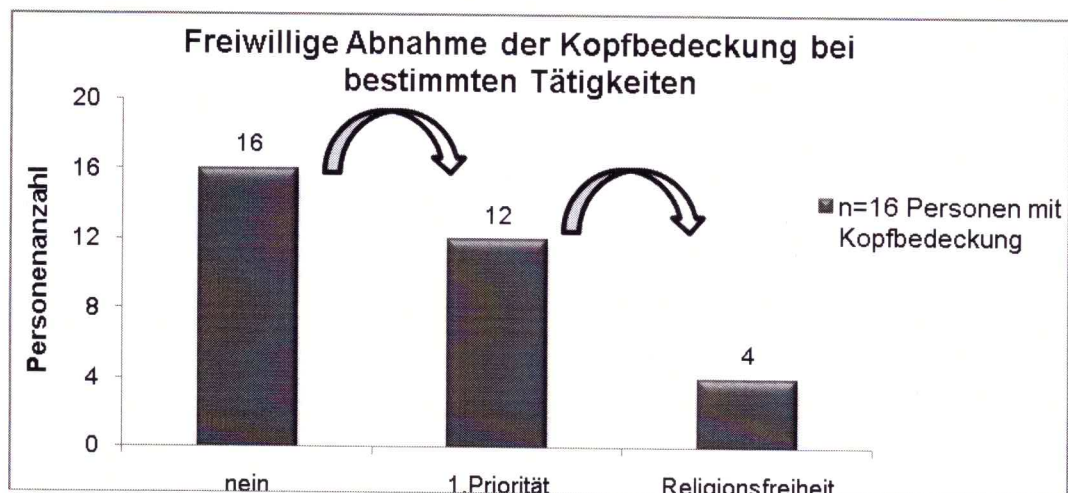
Quelle: eigene Darstellung

In Bezug auf das Geschlecht ist dem Diagramm zufolge kein großer Unterschied gegeben. Mit 55 Angaben wurden jedoch in der Mehrzahl weibliche Personen deutlich mehr befragt, als männliche.



Quelle: eigene Darstellung

Laut dem Diagramm "Bildungsstatus der Befragten" hat die Mehrzahl der Teilnehmer den mittleren Schulabschluss. Infolgedessen würden diese Personengruppen eine der mehreren Eingangsvoraussetzungen für die Ausbildung der Justizfachangestellten erfüllen, wenn sie einen Notendurchschnitt von 2,7 aufweisen könnten. Infolgedessen stellt dieses Ergebnis eine gute Grundlage für Studien- und Abiturabbrecher, Quereinsteiger (Beispiel: Rechtsnotarfachangestellte) sowie für Menschen mit langjähriger Berufserfahrung dar.



Quelle: eigene Darstellung

Hoheitliche Tätigkeiten in der Justizverwaltung, wie die Protokollführung einer Gerichtsanhörung, werden auch durch Justizfachangestellte gefordert. Für weibliche Personen mit einer Kopfbedeckung stellt die Abnahme des Kopftuches bei solcherlei Arbeitsaufgaben eine Voraussetzung dar. Hierzu veranschaulicht das Diagramm "Freiwillige Abnahme der Kopfbedeckung bei bestimmten Tätigkeiten", die Bereitschaft für die Abnahme des Tuches der insgesamt 16 Teilnehmer mit einer Kopfbedeckung.

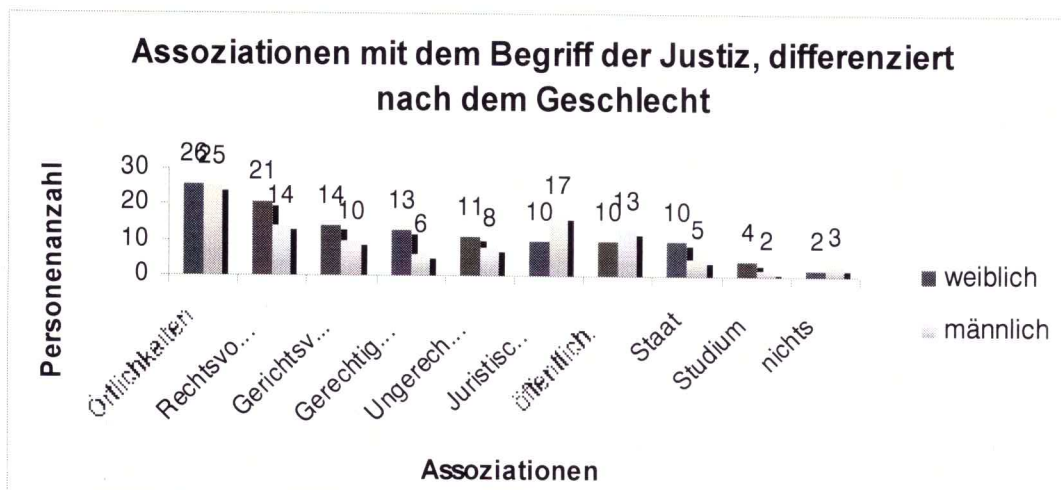
Alle 16 befragten weiblichen Personengaben bei dieser Fragestellung an, sich nicht bereit zu erklären, die geforderte Voraussetzung zu erfüllen. Als Grund gaben 12 der 16 Befragten eine persönliche wertgebundene Antwort an, dass die Bedeckung an erster Stelle komme. Bei der Begründung der weiteren vier Personen beruht sich diese auf das deutsche Gesetz der Religionsfreiheit. Dahinter verbirgt sich somit eine allgemeine gesellschaftspolitische Verknüpfung. Demzufolge sind alle 16 Personen derselben Meinung, keiner Tätigkeit nachzugehen, wo diese Voraussetzung gefordert wird.

Um ein besseres Verständnis entwickeln zu können, wurden folgende zwei Fragestellungen für Eltern mit Kindern (n=21) konstruiert:

1. **Würden Sie Ihrem Kind empfehlen eine Ausbildung in der Justiz zu beginnen?**
2. **Was wäre Ihr erster Gedanke, wenn sich Ihr Kind für einen Karriereweg im Bereich der Justiz entscheidet?**

Mit 12 Nennungen gab die Mehrheit der Befragten auf die erste Fragestellung an, ihren Kindern eine Ausbildung in der Justiz zu empfehlen. Die restlichen neun waren jedoch gegen einen Karriereweg im Bereich der Justiz. Bei der zweiten Fragestellung ist der erste Gedanke von zehn der 21 Befragten positiv. Sieben Personen würden es eher neutral empfinden, da sie ihre Kinder bei der Entscheidung nach dem Karriereweg nicht beeinflussen möchten. Die restlichen vier Personen würden solch eine Entscheidung als negativ empfinden, da diese die Justiz als schlechte einschätzen.

Grundsätzlich kann gesagt werden, dass bei der Karrierewahl, Elternteile wichtige Bezugspersonen darstellen. Bei der Entscheidung für den richtigen Ausbildungsberuf, insbesondere auch einem in der Justiz, können die Eltern ihren Kindern positive als auch negative Erfahrungen gegenüber bestimmten Branchen und Berufen mitgeben. Daher ist es auch hilfreich die ältere Generation über bestimmte Berufe und Branchen zu überzeugen, damit diese ihre Kinder bei der Ausbildungs- bzw. Berufswahl motivieren können.



Quelle: eigene Darstellung

Um einen Vergleich zwischen Frauen und Männern zu ziehen, wurde das Diagramm "Assoziationen mit dem Begriff der Justiz" nach Geschlecht differenziert. Hierbei wurden interessante Ergebnisse festgestellt. Begriffe wie Örtlichkeiten, Rechtsvorschriften, Gerechtigkeit und Ungerechtigkeit wurden vermehrt von Frauen erwähnt. Auffällig ist die Nennung "öffentlicher Dienst" und "juristische Berufe". Diese beiden Begriffe wurden deutlich von mehr Männern mit dem Begriff der Justiz assoziiert.

Schlussfolgernd kann festgehalten werden, dass männliche Befragte im Gegenteil zu den weiblichen Befragten ein falsches Verständnis über die Justiz haben. Von den insgesamt 19 Teilnehmern waren es mehrheitlich Frauen, die die Assoziation "Gerechtigkeit" mit dem Begriff der Justiz verbinden und diesen somit tendenziell im Gegensatz zu Männern mehr Vertrauen schenken.

3.4.3 Durchführung der Gruppendiskussionen

Im dritten Anhang finden Sie eine tabellarische Auswertung, die sich nun auf die Durchführung der Gruppendiskussion beschränkt. Die Gruppendiskussionen wurden von uns herangezogen, um explizit ein bestimmtes Wissen, welches aus den vorherigen Analysen nicht weitgehend herausgefiltert werden konnte, anhand von konkretisierten Fragen zu erwerben. Die Durchführung erfolgte in unterschiedlichen Teilgruppen zum einen mit einer Altersgruppe von über 40-jährigen und zum anderen mit 15- bis 20-jährigen, umso einen besseren Vergleich zwischen den Altersgruppen ableiten zu können.

Die von uns konstruierten Fragen für die Gruppendiskussion finden Sie dementsprechend im vierten Anhang. Die bei der Gruppendiskussion uns für wichtig erscheinenden Aspekte wurden im nachfolgenden aufgegriffen und näher erläutert. Explizit stellen wir die aus diesen Gruppendiskussionen resultierenden Gemeinsamkeiten und Unterschiede dar. Einheitliche Meinungen die sich sowohl in der Altersgruppe über 40 als auch in der Altersgruppe mit den 15- bis 20-jährigen ergab waren, dass wir eine wiederholte Bestätigung unserer vor Analysen bekamen, was die nicht bestehende Attraktivität des Berufs kennzeichnete. Schlussfolgernd kann hierbei zusammengefasst werden, dass der Beruf sehr trocken, langweilig und monoton ist. Das Arbeiten mit Gesetztestexten scheint vor allem für die Altersgruppe der 15- bis 20-jährigen sehr kompliziert und aufwendig zu sein. Diese Erkenntnis wird auch von der Altersgruppe über 40 bestätigt. Bei der Fragestellung "Was macht für Sie ein Beruf attraktiv?" (siehe 4. Frage, Anhang 4) kamen wir zu Aussagen die wieder den bestehenden Verbesserungsbedarf hervorgehoben haben. Das keine Modernisierung in der Innen- als auch Außengestaltung besteht, wurde seitens der Altersgruppe über 40 wiederlegt. Darüber hinaus war eine gute Erkenntnis, dass möglicherweise die herrschende Bürokratie und die damit verbundenen langwierigen Prozesse potenzielle Bewerber/innen abschrecken, diesen Berufsweg überhaupt einzuschlagen.

Denn bei einer näheren Betrachtung waren folgende Aspekte für die Altersgruppe der 15- bis 20-jährigen ausschlaggebend für ihre Berufswahl. Zusammenfassend ist nämlich zu sagen, dass viele Aufstiegsmöglichkeiten, eine gute Bezahlung und vor allem das hohe Ansehen und der damit in Bezug stehende Bekanntheitsgrad des Berufes charakteristische Merkmale sind, die bei einer Berufswahl im Vorfeld getroffen werden.

Im eigentlichen werden genau diese Aspekte Punkte weitgehend mit dem Beruf der Justizfachangestellten gedeckt. Doch das Hauptproblem, welches nun stark in den Vordergrund gerückt ist, bezieht sich definitiv auf den mangelnden Bekanntheitsgrad über diese Berufsgruppe. Schon allein aus diesen drei Analysen lassen sich konkrete Handlungsempfehlungen ableiten, die wir jedoch erst im späteren Verlauf der Arbeit aufgreifen werden.

Eine für uns weitere wichtige Fragestellung die genau an den eben erwähnten Aspekt anknüpft ist „Welche Handlungen bzw. Maßnahmen würden Sie von der Berliner Justizverwaltung erwarten oder vorschlagen, um Bürger/innen speziell mit türkischem/arabischem Migrationshintergrund zu gewinnen?“ (siehe 7. Frage). Bei dieser Frage kamen wir ebenfalls zu übereinstimmenden Aussagen. Schulbesuche stellen eine effektive Maßnahme dar, weil diese durch die gegebenen Frage- und Antwortmöglichkeiten ein direktes Verhältnis aufbaut. Der Kontakt mit den Schulen ermöglicht nicht nur den Schülern ihre Offenen Fragen beantwortet zu bekommen, sondern dient zugleich auch dafür; die Schüler im positiven Sinne weitgehend zu

beeinflussen. Lehrer und Eltern fungieren hier als Vorbilder und können die Schüler bei Ihrer Berufswahl lenken und in unserem Fall auf diese Berufsgruppe aufmerksam machen.

Zentrale Unterschiede die sich durch diese Gruppendiskussionen im Überblick für uns ergaben waren, dass die Altersgruppe der 15- bis 20- jährigen tendenziell durch ihre negativen Erfahrungen geprägt ist und aus diesem Grund den Beruf der Justizfachangestellten kaum in Erwägung zieht. Die Altersgruppe der über 40 -jährigen dagegen würde trotz der monotonen und trockenen Arbeitsgestaltung den Beruf empfehlen und wollen, dass ihre Kinder oder Enkel einen solchen Beruf ausüben.

Durch diese Gruppendiskussion konnten wir ein besseres Verständnis aufbauen, wieso diese aus der Straßenbefragung entstehenden negativen Aspekte erschienen sind und vor allem, welches Hintergrundwissen sich dahinter bei den unterschiedlichen Altersgruppen verbürgte.

3.4.4

ch

Messebesu

Durch die Messe der ICC, auf der Ausbildungsberufe von verschiedenen Arbeitgebern vorgestellt wurden, hat die Berliner Justizverwaltung die Möglichkeit ergriffen, den Ausbildungsberuf der Justizfachangestellten zu präsentieren. Zwei unserer Projektmitglieder haben diese Gelegenheit genutzt, um die äußerliche Präsenz der Justizverwaltung zu beobachten und zu analysieren. Dabei wurden wichtige Eindrücke erzielt. Den Beobachtungen zufolge, zeigte sich der Stand der Justizverwaltung als unauffällig und trocken, was zur Folge hatte, dass das Interesse der Messeteilnehmer durch optische Merkmale nicht geweckt werden konnte. Die angebotenen Flyer über die Ausbildung der Justizfachangestellten gaben keine neuen Informationen wieder, die nicht schon von den Mitarbeitern am Stand genannt wurden. Obwohl die Justiz nun gezielt potenzielle Bewerber/innen mit Migrationshintergrund erreichen möchte, werden Menschen auf den Flyern ohne Migrationshintergrund dargestellt. Besser wäre es, auch Menschen aus unterschiedlichen Nationalitäten auf diesen abzulichten. Des Weiteren wurde festgestellt, dass die Mitarbeiter am Stand keinen Migrationshintergrund aufwiesen. Durch die optisch nicht ansprechende Einrichtung des Messestandes konnte die Mehrzahl der Messeteilnehmer den Stand der Berliner Justiz beim Vorbeigehen nicht direkt wahrnehmen. Vom äußeren Eindruck her weckten andere Messestände, wie die der Bundeswehr, mehr Wissbegierde bei den Gästen, da hier interessante Ideen zur visuellen Gestaltung gegeben waren. Um in Zukunft auf Ausbildungsmessen aufzufallen, sollte die optische Darstellung des Standes so geplant werden, dass die Aufmerksamkeit, das damit verbundene Interesse und der Wunsch der Messeteilnehmer sich Informationen am Stand einzuholen, in den Vordergrund gerückt wird. Erwähnenswerte Gestaltungsmaßnahmen hierbei wären zum einen eine gezieltere Einsetzung der Plakate, Verteilung von Werbegeschenken und Durchführung eventueller Gewinnspiele.

3.5

Analyse

SWOT-

Nach dem eine umfangreiche Befragungsanalyse durchgeführt und die Themenschwerpunkte differenziert wurden, erstellten wir auf dieser Grundlage eine SWOT-Analyse die in Bezug auf den Beruf der Justizfachangestellten ein Einstieg in das von uns entwickelte Interventionskonzept liefert. In dieser tabellarischen Auswertung finden Sie nicht nur die Resultate der Befragungsanalysen, sondern auch die aus dem Vorgespräch abgeleiteten Erkenntnisse von Frau Dr. Lammer über den Beruf des Justizfachangestellten. Anhand dieser Tabelle können die weiteren Handlungsschritte ausgearbeitet werden. Die SWOT-Analyse stellt ein Instrument zur Situationsanalyse und zur Strategiefindung dar. In ihr werden die Stärken-Schwächen-Analyse und die Chancen-Risiken-Analyse vereint.

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> → Flexible Arbeitszeiten → sicherer Arbeitsplatz → Vielfalt der Aufgabenbereiche → Bürgerkontakt/Publikumsverkehr → Arbeitsklima → geregeltes Einkommen und gute Vergütung → Urlaubs- und Weihnachtsgeld 	<ul style="list-style-type: none"> → moderne Einsatzmittel fehlen (Aktenführung) → Geldmangel, einfache Einrichtungen in den Büros und Räumlichkeiten → geringe Aufstiegsmöglichkeiten → Mangel an Vertrauen seitens der Bürger/innen
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> → Einfache Einstiegsmöglichkeiten für Schüler (MSA) → Quereinsteiger, z.B. Rechtsnotarfachangestellte → Studienabbrecher → Übernahme Garantie nach einer erfolgreicher Ausbildung → Ausbau und Pflege der Onlinepräsenz 	<ul style="list-style-type: none"> → demografischer Wandel (Mangel an Personal) → Emotionale, persönliche Mitnahme von besonderen Fällen → kostenintensive Prozesse

Quelle: eigene Darstellung

4 Soll-Konzept

In diesem Teil der Arbeit wird auf die Positionierung einer Marke in der Gesellschaft eingegangen. Ziel dabei ist es, ein Konzept zu entwickeln, das der Berliner Justizverwaltung hilft, jegliche Maßnahmen zur Imageentwicklung durchzuführen.

4.1 Definition Marke und Relevanz der Markenbildung

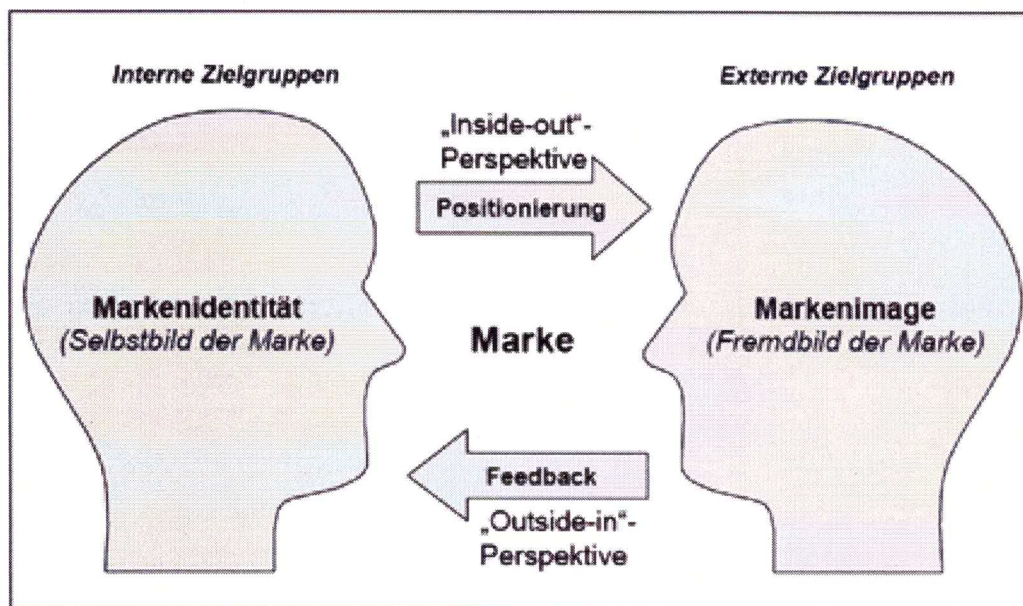
Die Definition einer Marke ist im § 3 Abs. 1 MarkenG ausführlich beschrieben.¹ Zusammenfassend stellt eine Marke im Allgemeinen eine Bezeichnung von Waren beziehungsweise Dienstleistungen eines Unternehmens dar. Damit sich eine Marke eines Unternehmens von anderen differenzieren kann, sind bestimmte Zeichen als schutzfähig benannt. Zu den Zeichen gehören: Wörter, Abbildungen, Buchstaben, Zahlen, Hörzeichen und Farben.

¹ Vgl. Bundesministerium der Justiz und Verbraucherschutz, § 3 Als Marke schutzfähige Zeichen, <http://www.gesetze-im-internet.de> (13.12.2014)

Eine Marke stellt nicht nur ein Logo dar, sondern gibt darüber hinaus Informationen über das Unternehmen wieder. Dabei geht es vor allem um die Identität und die Ideen, die sich hinter einem Unternehmen verheimlichen. Genau diese Ideen sollten in der Öffentlichkeit und für die Öffentlichkeit beleuchtet werden. Wenn die Weitergabe der Grundidee eindeutig und mehrfach stattfindet, kann das Unternehmen bei Menschen schneller zu einem Begriff und somit nachhaltig zu einer Marke wachsen.²

4.2 Identitätsbasierte Markenführung

Die nachfolgende Abbildung stellt die Ausführungen von Meffert und Burmann in Bezug auf den identitätsbasierten Ansatz des Markenmanagements vor. Dieser Ansatz stellt die Relevanz der Identität einer Marke für den Aufbau des Vertrauens bei den Zielgruppen dar.



Quelle: Burmann, C./Halaszovich, T./Hemmann, F. (2012), S. 29

Der Ansatz der identitätsbasierten Markenführung ist einseitig und richtet sich auf externe Zielgruppen aus. Dieser vervollständigt sich, wenn die "Inside-out"-Perspektive der internen Zielgruppen (Markenidentität) und die "Outside-in"-Perspektiven der externen Zielgruppen (Markenimage) zusammengebracht werden. Dabei stellt die Markenidentität das Selbstbild der Marke von internen Zielgruppen (Beispiel: Mitarbeiter) dar. Diese soll Vertrauen bei den externen Zielgruppen aufbauen. Dagegen gibt das Markenimage das Fremdbild der Marke, aus Sicht der externen Zielgruppen (Beispiel: Kunden), wieder. Ziel der identitätsorientierten Markenführung ist, durch die Markenidentität versprochenen Kundennutzen so zu gestalten, dass daraus die Positionierung der Marke in den Köpfen der externen Zielgruppen nachhaltig resultiert wird.³ Eine Marke kann demzufolge nur dann erfolgreich operieren, wenn sie hält, was sie verspricht.

4.3 Imageaufbau der Berliner Justiz in der Öffentlichkeit

In Anbetracht der Relevanz der Markenbildung und Markenführung werden in diesem Abschnitt mögliche Maßnahmen dargelegt, wodurch der Imageaufbau der Berliner Justiz in Bezug auf das Ansehen in der Öffentlichkeit verbessert werden kann.

² Vgl. Gründerszene, Markenbildung, <http://www.gruenderszene.de> (14.12.2014)

³ Vgl. Burmann, C./Halaszovich, T./Hemmann, F. (2012): Identitätsbasierte Markenführung, Springer Gabler, S. 28-29.

Wie in Punkt 4.2 erläutert, spielt die identitätsbasierte Marke eine sehr wichtige Rolle. Um Vertrauen bei den Zielgruppen aufzubauen, sollte eine Marke nach der Herkunft, den Kompetenzen, den Werten, der Persönlichkeit und der Vision der internen Zielgruppen bestimmt werden. Diese soll zu einer nachhaltig attraktiven Markenleistung und positiven Wahrnehmung durch externe Zielgruppen führen. Demnach würde die Markenidentität wesentliche, prägende und charakteristische Merkmale des Unternehmens beinhalten.

Die Justiz besitzt bereits eine Identität, welche jedoch in der Öffentlichkeit nicht genug präsentiert wird. Die nachfolgenden Handlungsempfehlungen sollten durch die Justiz zum Kenntnis genommen werden, um vor allem ein falsches Verständnis über das Bild der Justiz entgegenzuwirken. Damit jedoch Verbesserungsmöglichkeiten ausgearbeitet werden konnten, wurde zuerst ausfindig gemacht, womit sich die Justiz für den Imageaufbau beschäftigt hat.

Folgende Maßnahmen wurden dabei herausgefunden: Messeauftritte, Tag der offenen Tür, Plakatkampagnen, Unternehmensprofil auf Facebook und Kooperationsverträge mit gemeinnützigen Vereinen.

Um in der Öffentlichkeit nachhaltig einen positiven Eindruck zu hinterlassen und eine positive Wahrnehmung bei den Bürgern zu erzielen, sollte die Justiz mehrfach im Bereich der Kommunikation tätig werden. Die Kommunikation mit der Öffentlichkeit kann auf verschiedenen Marketing-Kanälen stattfinden. Zum einen kann man durch die Schaltung von Außenwerbung in den Berliner Verkehrsbetrieben die Möglichkeit nutzen, eine öffentliche Präsenz herzustellen. Insbesondere auf der ganzen Linie von U-Bahnen, im sogenannten Berliner Fenster, können imagebezogene Werbung geschaltet werden. Die Option, den Bürgern gezielt über Videomessages in U-Bahnen die Justiz vorzustellen, bietet eine sehr gute Möglichkeit zum Imageaufbau an.

Den Ergebnissen der Datenerhebung zufolge verursacht die Optik der Senatsverwaltung negative Einstellungen oder Meinungen in der Öffentlichkeit. Da die großen Gebäude der Justizverwaltung bei der Umfrage als beängstigend und kalt beschrieben wurden, sollten auch gezielte Lösungsansätze zur Verbesserung äußerlicher Merkmale der Häuser getroffen werden.

4.4 Imageaufbau der Berliner Justiz als Arbeitgeber

Im Punkt 4.3 wurden bereits allgemeine Maßnahmen für den Imageaufbau der Justiz in der Öffentlichkeit dargestellt. Nun folgt die Ideenentwicklung für den Imageaufbau der Justiz als attraktiver Arbeitgeber.

Potenzielle Arbeitnehmer können selbst während des demografischen Wandels für die Besetzung offener Arbeits- und Ausbildungsstellen gefunden werden, wenn Personalmarketing-Maßnahmen gut durchdacht sind. Das Personalmarketing soll dabei gezielt das Image des Unternehmens als Arbeitgebermarke in den Köpfen der Zielgruppen platzieren. Durch Maßnahmen über Medienkanäle, welche von den Zielgruppen bevorzugt werden, sollen potenzielle Zielgruppen für eine Bewerbung motiviert werden. Das Personalmarketing versichert dabei Erfolg bei der gezielten Nutzung des Mediums "Internet". Maßnahmen auf der eigenen Homepage, Stellenangebote in Stellenbörsen oder auf Social Media⁴ Plattformen (siehe Punkt 4.5) können dabei in Betracht gezogen werden.⁵

Um das Image der Justiz als Arbeitgeber zu verbessern und potenzielle Bewerber/innen für den Ausbildungsberuf der Justizfachangestellten zu gewinnen, sollte sich die Justiz mit den Berliner Schulen für eine gemeinsame Kooperation in Verbindung setzen. Dabei könnten berufstätige

⁴ Siehe URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/soziale-medien.html>

⁵ Vgl. Monster, Grundlagen des Personalmarketings, <http://arbeitsgeber.monster.de> (15.12.2014)

Justizfachgestellte zehnte Klassen besuchen, die vor dem Abschluss und somit auch vor der Entscheidung um den weiteren Lebensablauf stehen.

Während einem Schulbesuch können anhand von bereits bestehenden oder neu produzierten Kurzfilmen, Informationen über die Justiz und den Ausbildungsberuf gezeigt werden. Diese Maßnahme stellt eine hervorragende Möglichkeit dar, da die angebotenen Arbeitsbedingungen der Justiz an Schülerinnen und Schüler weitergegeben und offene Fragen im Anschluss unmittelbar durch die Justizfachangestellten beantwortet werden können. Des Weiteren können Flyer über Ausbildungsangebote insbesondere der Justizfachangestellten an Eltern abgeben verteilt werden und Schulmaterialien (Blöcke und Hausaufgabenhefte mit Eigenwerbung der Justizverwaltung) der Schülerschaft zur Verfügung gestellt werden.

Darüber hinaus können Mentoring Programme gut geeignete Maßnahmen zur Entwicklung einer Arbeitgebermarke darstellen. Sinn eines Mentoring Programms ist es, Schülerinnen und Schülern jeweils in Gruppen ein/e Justizfachangestellte/n als Mentor für die Durchführung zuzuweisen, welche demnach auch als Ansprechpartner bei Fragen unmittelbar zur Seite stehen.

Durch die enge Kooperation mit der "Bundesagentur für Arbeit" kann eine Weitergabe von Flyern und Weiterempfehlung der Ausbildung in der Senatsverwaltung für Justiz stattfinden. Dagegen kann der öffentliche Dienst den Ausbildungsberuf zum Justizfachangestellten vorschlagen, die eine Absage von der Polizei zuvor erhalten haben oder in Zukunft erhalten werden.

Wie in einem der vorigen Auswertungen deutlich wurde, stellt das Medium "Mund-zu-Mund-Propaganda" neben dem Internet ein bedeutendes Medium dar. Die Justiz sollte daher dieses Medium zum Aufbau des Images Arbeitgeber nutzen, um Attraktivität zu schaffen. Diese Maßnahme könnte beispielsweise durch die Arbeitnehmer der Justiz im Rahmen von Patenprogrammen umgesetzt werden. Um die Mitarbeiter hierfür zu überzeugen und das Ziel der "Mund-zu-Mund-Propaganda" zu erreichen, könnte die Justiz den Mitarbeitern ein attraktives Angebot unterbreiten. Das Angebot könnte bei jedem angeworbenen potenziellen Bewerber/in Bonuszahlungen beinhalten. Dadurch kann die Motivation der Mitarbeiter zum einem gezielt gesteigert werden und zum anderen würde ein direkter Austausch zwischen der Justiz und den Bürgern stattfinden.

Als weitere Maßnahme empfiehlt sich, in verschiedenen Vereinen (Beispiel: Fußball), indem deutsche mit türkischem und arabischem Migrationshintergrund aktiv sind, eine Werbestrategie einzuführen. Damit die gezielte Personengruppe der Justizverwaltung erreicht werden kann, bietet sich die Chance zur Unterstützung solcher Vereine als Sponsoren an.

Für den Aufbau einer Präsenz als Arbeitgebermarke könnte die Justiz zusätzlich festgesetzte Berufsbildungstage nutzen, an denen Filme über die Justiz und Ausbildungsmöglichkeiten im Rahmen einer Lehrereinheit vorgestellt werden. Anzumerken wäre hierbei jedoch, dass Gestaltungsmaßnahmen im Vorfeld in Bezug auf die Repräsentanz getroffen werden müssen.

4.5 Ideenentwicklungen für die Imageverbesserung der Justiz in der Öffentlichkeit und als Arbeitgeber

Durch die Ergebnisse der Datenerhebung kann letztendlich gesagt werden, dass die Medien "Internet" und "Mund-zu-Mund-Propaganda" als sehr wichtige Methoden zur Weitergabe von Informationen gelten.

Durch permanente technische Innovationen und der Digitalisierung erlangt das Internet heutzutage als neues Medium eine wachsende Verbreitung und ist mittlerweile nicht mehr vom Alltag wegzudenken. Das Mediennutzungsverhalten der Bürger/innen Deutschlands ändert sich dementsprechend mit dem Voranschreiten der Technik.



Aus diesem Grund könnten zusätzlich Potenziale der Social Media Plattformen zur öffentlichen Präsenzherstellung ausgeschöpft werden. Die Plattform "Facebook" stellt für die Erstellung einer Unternehmensseite eine gute und kostenlose Möglichkeit dar, das Unternehmen im Web 2.0 zu präsentieren. Die Polizei Berlin wirbt bereits auf "Facebook" für Ausbildungsmöglichkeiten. Die Senatsverwaltung für Justiz ist gleichfalls auf "Facebook" zu finden. Jedoch zeigt sich auf der Seite der Justizverwaltung ein erheblicher Nachholbedarf, da nicht genügend Informationen der Justiz nach außen gegeben werden. Durch eine Unternehmensseite auf "Facebook" könnte die Senatsverwaltung für Justiz beispielsweise die Möglichkeiten ergreifen, mit Neuigkeiten, Bildern, Videos und Jobangeboten die User stets auf dem aktuellsten Stand zu halten. Dadurch würde die Justizverwaltung nicht nur eine aktive Präsenz für die Öffentlichkeit herstellen, sondern zusätzlich zur Verbesserung des Bildes der Justiz in der Öffentlichkeit und als Arbeitgeber beitragen. Damit die aktuellsten Nachrichten beziehungsweise Beiträge der Justiz auf "Facebook" durch Benutzer verfolgt werden können, wäre ein einziger Klick auf den "Gefällt mir"-Button erforderlich und die User wären in der Lage, direkten Kontakt mit der Senatsverwaltung für Justiz aufzunehmen. Auch könnte auf der Plattform "YouTube" in Form von Videos, Informationen über die Justiz an Nutzer von YouTube deutschlandweit übermittelt werden. Durch die gezielte Schaltung von Werbung auf dieser Plattform könnte die Bekanntheit der Justiz enorm erhöht werden, da diese Plattform mittlerweile zu den beliebtesten dieser Zeit gehören.

Um das Vertrauen in der Öffentlichkeit zu gewinnen und das Interesse der Zielgruppen für angebotene Ausbildungsberufe zu wecken, könnte die Justiz alternativ Werbung auf Radiosendungen schalten. Dabei könnte sich die Justiz näher auf türkische und arabische Radiosender konzentrieren. Um die Aufmerksamkeit der Menschen während Autofahrten etc. zu gewinnen, bietet die deutsch- und türkischsprachige Radiosendung "Metropol FM" mit Sitz in Berlin sehr gute Möglichkeiten für Radiowerbung an.

Zusätzlich kann die Justizverwaltung durch die Weitergabe von Flyer, über die Justiz und den angebotenen Ausbildungsmöglichkeiten, an meist besuchten Regionen (Beispiel: Friseure, Sportvereine, Cafés), Menschen auf sich aufmerksam machen. Damit die Flyer vor allem auch für Deutsche mit Migrationshintergrund als sympathisch empfunden werden, sollten diese so gestaltet werden, dass auch Menschen aus verschiedenen Nationalitäten zu erkennen sind.

Das Markenbewusstsein bei Verbrauchern soll durch die ausgearbeiteten Maßnahmen gestärkt, das Bild der Justiz in der Öffentlichkeit und als Arbeitgeber verbessert beziehungsweise so aufgebaut werden, sodass die im fünften Anhang abgebildeten Assoziationen mit dem Begriff der Justiz in Verbindung gesetzt werden.

5

Fazit

Augenscheinlich wurde die Wichtigkeit des Berufs erkannt. Man kann folglich anhand der Darstellungen in dieser Arbeit zielgerichtete Handlungen zur Gewinnung potenzieller Bewerber/innen aufstellen.

Doch ist das Handeln auch effizient? In Anbetracht der Ergebnisse aus den unterschiedlich durchgeführten Analysen gilt es, dies kritisch zu hinterfragen, denn alleine die Tatsache einer Unzahl von Maßnahmen zu entwickeln reicht nicht zur Gewinnung der potenziellen Bewerber/innen aus. Hierbei müssen diese auch in der Praxis umgesetzt werden und stellen in diesem Zusammenhang ein deutliches Handlungspotential dar.

Es besteht demzufolge ein großes Ausschöpfungspotenzial, welches für die gewünschte Zielsetzung umgesetzt werden muss.

Wir erhoffen uns, dass wir einen guten Einblick bieten konnten und dass unsere Vorschläge hilfreich sind

Quellen- und Literaturverzeichnis

Internet:

- Bundesministerium der Justiz und Verbraucherschutz, § 3 Als Marke schutzfähige Zeichen,
http://www.gesetze-im-internet.de/markeng/_3.html(13.12.2014)
- Gründerszene, Markenbildung,
<http://www.gruenderszene.de/marketing/markenbildung>(14.12.2014)
- Monster, Grundlagen des Personalmarketings,
<http://arbeitsgeber.monster.de/hr/personal-tipps/rekrutierung-verguetung/personalmarketing/personalmarketing-grundlagen-87849.aspx> (15.12.2014)

Literatur:

- Burmann/Christoph, Halaszovich /Tilo, Hemmann/Frank (2012): Identitätsbasierte Markenführung, Springer Gabler, S. 28-29

Anhang 1: Vergleich der Interviews mit Justizfachangestellten

Fragen	Justizfachangestellte im Amtsgericht Schöneberg	Justizfachangestellte im Amtsgericht Neuköln	Justizfachangestellte im Privaten Kreis
1.	<ul style="list-style-type: none"> → Gute Praktikumserfahrung (9.Klasse) → Neugier wurde geweckt Interesse gesteigert zu den Tätigkeiten 	<ul style="list-style-type: none"> → Geneigtes Interesse an Bürotätigkeiten 	<ul style="list-style-type: none"> → Empfehlung durch Freunde und Familie
2.	<ul style="list-style-type: none"> → Ja, bestimmt sind mir jedoch nicht direkt bewusst 	<ul style="list-style-type: none"> → Ja, flüchtig nur ein Kollege 	<ul style="list-style-type: none"> → 6 von 70 Auszubildenden mit Migrationshintergrund befinden sich in der Ausbildung und sind mir aus der Berufsschule bekannt
3.	<ul style="list-style-type: none"> → Lenkung / Einfluss durch die Familie 	<ul style="list-style-type: none"> → Empfehlung von Freunden 	<ul style="list-style-type: none"> → Empfehlung von Freunden
4.	<ul style="list-style-type: none"> → Streng, Strike Regeln, Achtung des Verhaltens, Geheim, Abgrenzung und Einhaltung der Hierarchie 	<ul style="list-style-type: none"> → Bürotätigkeit, Verhandlungen, Gesetze, großes Gebäude 	<ul style="list-style-type: none"> → Gesetze und Recht
5.	<ul style="list-style-type: none"> → Ja, alles viel gelassener, umgängliche Menschen, nicht streng, erste Befürchtungen haben sich sofort gelegt (positiv beeindruckt) 	<ul style="list-style-type: none"> → Ja, positiv Erwartungen wurden erfüllt 	<ul style="list-style-type: none"> → Ja, positiv juristische Angelegenheiten sind sehr interessant



6.	→ Sehr zufrieden mit der Berufswahl	→ Ja, zufrieden mit der Berufswahl	→ Ja, bin bis jetzt zufrieden
7.	→ Von außen verstaubt, langweilig, keine optisch auffallende moderne Gestaltung, zurückschreckend	→ Freunde: neutral, keine Vorurteile	→ Familie, Freunde sind größten Teils sehr Erfreut über meine Berufswahl
8.	→ langweilig	→ Trocken	→ wichtiger und verantwortungsvoller Beruf
9.	→ Ungewissheit über den Beruf, geringes Interesse, negative Erfahrungen in den Behörde Gängen	→ Unbekannter Beruf	→ Negative Erfahrungen eventuell wegen Vorstrafen etc., keine Kenntnisse über den Beruf und deren eigentlicher Tätigkeiten
10.	→ Sehr zufrieden	→ Sehr zufrieden	→ Sehr zufrieden, außer die Berufsschule schweift von der Praxis deutlich ab (Verbesserungsbedarf)
11.	→ Nein	→ Nein	→ mehr Aufstiegsmöglichkeiten, bessere Bezahlung und Berufsschule sollte Praxisorientierter sein
12.	→ Nein	→ Nein	→ Ja, bei der Sozialberatung (Geäußerte Beschwerde über Ausländer)
13.	→ Verbesserungsbedarf, Ungewissheit über die Vielfalt des Berufs	→ der sichere Arbeitsplatz stellt die Attraktivität dar	→ nicht attraktiv, starker Verbesserungsbedarf
14.	→ 30- 35 Altersgruppe	→ 24	→ 21
15.	→ Nein	→ Nein	→ Ja, arabischer Migrationshintergrund
16.	→ Mittlerer Schulabschluss (MSA)	→ Allgemeine Hochschulreife (Abitur)	→ Fachhochschulreife
17.	→ Fest Angestellte und Teamleiterin	→ Auszubildender seit Februar 2012	→ Auszubildender seit September 2014

Quelle: eigene Darstellung

Anhang 2: Fragen während der Interviews mit Justizfachangestellten

1. Warum haben Sie sich für diesen Ausbildungsberuf entschieden?
2. Haben Sie auch Kollegen/-innen mit Migrationshintergrund?
3. Wie sind Sie auf den Ausbildungsberuf gestoßen?
4. Welche Assoziationen hatten Sie mit dem Begriff der „Justiz“ bevor Sie die Ausbildung begonnen haben?
5. Haben sich mit dem Beginn der Ausbildung Ihre Eindrücke verändert? Wenn ja in wie fern?
6. Entspricht die Ausbildung Ihren Vorstellungen bzw. den Beschreibungen über den Beruf?
7. Wie wird Ihre Berufsauswahl von Freunden und Ihrer Familie wahrgenommen? Welches Feedback erhalten Sie?
8. Was denken Sie, was der Beruf des Justizfachangestellten nach außen hin repräsentiert?
9. Was könnten Ihres Erachtens nach Gründe dafür sein das die Anzahl von Bewerbern/-innen mit Migrationshintergrund so gering ist?
10. Wie zufrieden sind Sie mit der Ausbildung?
11. Würden Sie sich Veränderungen wünschen innerhalb ihrer Ausbildung? Wenn ja welche?
12. Haben Sie schon einmal aufgrund Ihres Migration Hintergrundes von Kollegen/-innen eine negative Reaktion zu spüren bekommen?
13. Wie denken Sie über das Thema „Justiz als Attraktiver Arbeitgeber“?
14. Wie alt sind Sie?
16. Haben Sie einen Migrationshintergrund?
17. Welchen Schulabschluss haben Sie? Seit wann befinden Sie sich in der Ausbildung?

Anhang 3: Auswertungstabelle der Gruppendiskussion

Frage	Gemeinwesen Verein e. V mit einer Altersgruppe über 40	TUDESJ Nachhilfekurs mit einer Altersgruppe zwischen 15-20
1.	<ul style="list-style-type: none"> → Ja, meist durch Behördengänge und vereinzelt durch Erfahrungen mit ihren Kindern/ Enkeln (Täter, Zeuge, Opfer) 	<ul style="list-style-type: none"> → Großteil kennt die Senatsverwaltung überhaupt nicht → Einige nur durch persönliche negative Erfahrungen u.a. Vorladung, Zeugenaussagen, Opfer, Täter
2.	<ul style="list-style-type: none"> → Juristisch/ Akademische Berufe sowie Öffentliche Berufe 	<ul style="list-style-type: none"> → Juristisch/ Akademische Berufe sowie Öffentliche Berufe
3.	<ul style="list-style-type: none"> → Aus der einheitlichen Meinung ergab sich, dass Berufe in der Justiz für Sie zu langweilig, monoton und trocken sind. → Das Arbeiten mit Gesetzestexten ist zu aufwendig und kompliziert. 	<ul style="list-style-type: none"> → keine Kenntnis über die Berufsgruppe, sehen sich nach einem angeseheneren Beruf → ein hohes Gehalt und Aufstiegsmöglichkeiten → widriges Arbeitsumfeld → junge Menschen lassen sich oft durch ihr soziales Umfeld verleiten
4.	<ul style="list-style-type: none"> → Keine Modernisierung in der Innen- sowie Außengestaltung → Zu viel Bürokratie → lange Prozesse 	<ul style="list-style-type: none"> → viele Aufstiegsmöglichkeiten → gute Bezahlung, denn Leistungen sollen sich durch gute Bezahlung bemerkbar machen → hohes Ansehen und hoher Bekanntheitsgrad der Berufe → frei wählbare Arbeitszeiten → Kein Laufbursche spielen (Kaffee kochen, putzen etc.), da negative Erfahrungen im Schulpraktikum gemacht wurden
5.	<ul style="list-style-type: none"> → Mögliche Ursachen soziale Verhaltensweisen → Hohe Gewaltbereitschaft und Kriminalität → Niedriger Bildungsstand (schwache Deutschkenntnisse) 	<ul style="list-style-type: none"> → In der Gruppe gab es Jugendliche mit folgenden Schulabschlüssen: Abitur, MSA sowie einem erweiterten Hauptschulabschluss
6.	<ul style="list-style-type: none"> → Ja, da die Bürokratie ausgebildetes Personal verlangt und die Bürger keine langen Wartezeiten wünschen 	<ul style="list-style-type: none"> → Ja, finden die Eingangsvoraussetzungen angemessen
7.	<ul style="list-style-type: none"> → Kontakt zu Schulen, Lehrern und Eltern knüpfen → Lehrer und Eltern fungieren als Vorbilder und können Schüler beeinflussen und lenken → Außenwerbung mehr schalten und präsenter sein 	<ul style="list-style-type: none"> → Schulbesuche sind eine effektive Maßnahme, welche Frage- und Antwortmöglichkeiten hervorhebt (Face-To-Face)

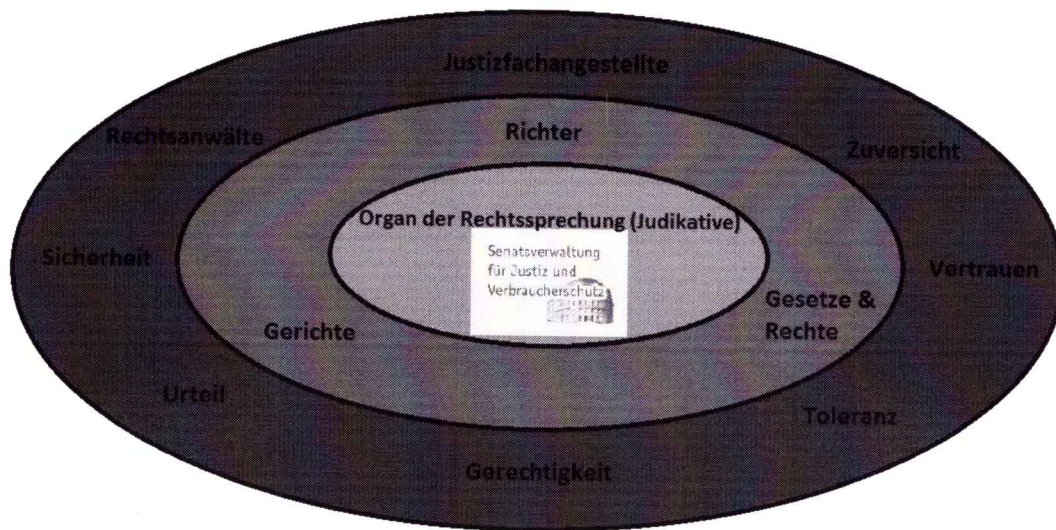
Quelle: eigene Darstellung



Anhang 4: Fragen der Gruppendiskussion

1. Kennen Sie die Senatsverwaltung für Justiz? Wenn ja welche Eindrücke haben Sie mitnehmen können? (persönliche Erfahrungen, Eindrücke)
2. Welche Berufe verbinden sie mit dem Begriff der „Justiz“?
3. Was denken Sie Warum junge Menschen nicht als erste Anlaufstelle die Berliner Justiz bevorzugen und vor allem nicht die jungen Menschen mit Migrationshintergrund?
→ Warum sprechen Sie Berufe in der Justiz nicht an?
4. Hat sich Ihrer Meinung nach das Bild der Berliner Justiz im Hinblick auf die Attraktivität in den letzten Jahren verändert? Wenn Ja inwiefern, was haben Sie zur Kenntnis genommen?
→ Was macht für Sie einen Beruf attraktiv?
5. Warum denken Sie hat sich das Bild über die Berliner Justiz bei den jungen Menschen über so negativ eingepägt? Was könnten mögliche Ursachen sein?
→ Welchen Abschluss haben Sie?
6. Sind Ihrer Meinung nach die Eingangsvoraussetzungen (MSA etc.) für die Ausbildung angemessen bzw. fair?
 - a.) Finde ich angemessen
 - b.) Finde ich nicht angemessen
7. Welche Handlungen bzw. Maßnahmen würden Sie von der Berliner Justiz erwarten oder Vorschlagen um Bürger/innen speziell mit türkischem und arabischen Migrationshintergrund zu gewinnen?

Anhang 5:



Quelle: eigene Darstellung