



Best Practice Employer Branding Schüler

Ziele

Die Polizei Baden-Württemberg setzt in ihrer Kampagne den Fokus auf den Beruf der Polizisten, weniger auf sich als Arbeitgeber. Mit einem sehr persönlichen Ansatz will sie engagierte Schüler für sich begeistern.

Die Organisation



Strategie und Umsetzung

Die Polizei setzt auf den persönlichen Kontakt der Schüler mit Einstellungsberatern und Ausbildungsbotschaftern. Die Berater, Beamte mit Erfahrungen in allen Bereichen der Polizeiarbeit, sprechen junge Menschen in Schulen und auf Veranstaltungen gezielt an und teilen ihre Erfahrungen. Auch junge Azubis vermitteln als Ausbildungsbotschafter einen ganz persönlichen Einblick in die Polizeiarbeit und die Ausbildung. Flyer und Broschüren sowie Informationen online auf der Website und über Social Media runden die Kampagne ab.

Kampagne mit Auszeichnung

Die Polizei Baden-Württemberg gewinnt den trendence Employer Branding Award 2018 in der Kategorie „Employer Branding Schüler“.

Stimmen aus der Jury

„Der Polizei gelingt es – hauptsächlich durch den persönlichen Kontakt – mit kreativen und attraktiven Events sowie über die sozialen Netzwerke auf überraschende und witzige Art bei der Zielgruppe der Schüler das Interesse für den Beruf zu wecken. Chapeau!“



Ein besonderes Event ist die „Police Challenge“, ein dreitägiges Erlebnispraktikum, bei dem Schüler spielerisch den Polizeialtag kennenlernen. Dank Aufgaben aus Theorie und Praxis erfahren sie selbst, ob die Arbeit als Polizist ihr Traumjob ist.

Erfolge

Das Erlebnispraktikum „Police Challenge“ war zwei Jahre in Folge ausgebucht; auf den Social-Media-Kanälen herrscht rege Beteiligung. Das Ergebnis: Die Schüler finden den Polizeiberuf spannend, vielseitig und abwechslungsreich. 5.600 junge Menschen haben sich im vergangenen Jahr bei der Polizei Baden-Württemberg beworben.

„Die Polizei ist erlebbar für Schüler – das ist auch gesellschaftlich gut und wichtig. Hier leisten sie also neben dem Marketing-Effekt auch noch einen sozialen Beitrag.“