

Recruiting- und Imagekampagne „ÖD: Öffentlicher Dienst. Ein Job – viele Vorteile“

Veröffentlichung gemäß § 2 Abs. 1b Z 1 MedKF-TG

Beschreibung der Kampagne

Inhalt	Die Informationskampagne behandelt den Arbeitskräftemangel im öffentlichen Dienst sowie die breite Jobvielfalt und die zahlreichen Vorteile, die das Arbeiten im öffentlichen Dienst mit sich bringt. Gleichzeitig räumt die Kampagne mit negativen Klischees auf, die dem öffentlichen Dienst zugeschrieben werden.
Laufzeit	4. März bis 17. Mai 2024
Budget der Werbekampagne	Rd. € 1.700.000 brutto
Zieldefinition	Diese Recruiting- und Imagekampagne hat das Ziel, Menschen für den öffentlichen Dienst zu begeistern, die Anzahl der Bewerber:innen für offene Stellen im Bundesdienst zu erhöhen und gleichzeitig mit negativen Klischees eines Jobs im öffentlichen Dienst aufzuräumen.
Zielgruppen	Diese Informationskampagne richtet sich an in Österreich lebende Menschen vom Lehrling bis zum mittleren Management. In erster Linie sollten junge Berufsanfänger:innen (Schulabgänger:innen, Lehrlinge, Maturantinnen und Maturanten, Hochschulabsolventinnen und -absolventen) genauso wie Quereinsteiger:innen angesprochen werden.
Begründung über den Beitrag zur Deckung des Informationsbedürfnisses (§ 3a Abs. 1 und Abs. 2 Z 3)	Der öffentliche Dienst wird in den kommenden Jahren, wie viele Arbeitgeber:innen in der Privatwirtschaft, aufgrund einer anstehenden großen Pensionierungswelle der Generation der „Baby Boomer“ intensiv nach Arbeitskräften suchen müssen. Die Bekanntmachung der zahlreichen und vielfältigen Job- bzw. Karrieremöglichkeiten sowie der Vorteile, die das Arbeiten im öffentlichen Dienst mit sich bringt, ist ein relevanter Beitrag zur Deckung des allgemeinen und zielgruppenspezifischen Informationsbedürfnisses.
Relevanz des von der Werbekampagne behandelten Themas im Hinblick auf den Zeitpunkt und die Zielgruppe der Kampagne	Der Arbeitskräftemangel mit der anstehenden großen Pensionierungswelle im öffentlichen Dienst ist eines der drängenden Herausforderungen in der Verwaltung.
Begründung der Auswahl der Zielgruppen	Abgeleitet von den Kampagnenzielen und den definierten Zielgruppen erfolgten die Schaltungen in Print- und Online-Medien, Out-of-Home, Hörfunk und TV sowie in den Sozialen Medien, um eine möglichst breite und rasche Streuung zu ermöglichen und die Zielgruppen bestmöglich anzusprechen.

Die Schaltungen erfolgten in Print- und Online-Medien, Out-of-Home, Hörfunk und TV sowie in den Sozialen Medien, um eine möglichst breite und rasche Streuung zu ermöglichen.

Gewichtung der eingesetzten Medien und deren Medieninhaber:innen (Print-Medien)

Medieninhaber:in	Medium
RegionalMedien Austria AG	RMA
Russmedia Verlag GmbH	Vorarlberger Nachrichten
Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag GmbH & Co KG, Zeitungs- und Zeitschriftenverlag	Kronen Zeitung
Mediengruppe „Österreich“ GmbH	Österreich/oe24
AHVV Verlags GmbH	Heute
OÖN Redaktion GmbH & Co KG	Oberösterreichische Nachrichten
„Die Presse“ Verlags-Gesellschaft m.b.H. & Co KG	Die Presse
Kleine Zeitung GmbH & Co KG	Kleine Zeitung
STANDARD Verlagsgesellschaft m.b.H.	Der Standard
Schlüsselverlag J.S. Moser GmbH	Tiroler Tageszeitung
KURIER Zeitungsverlag und Druckerei GmbH	Kurier
Profil Redaktion GmbH	profil
Salzburger Nachrichten Medien GmbH & Co. KG	Salzburger Nachrichten
DAVID - Jüdischer Kulturverein	DAVID

Gewichtung der eingesetzten Medien und deren Medieninhaber:innen (Online-Medien)

Medieninhaber:in	Medium
Content Performance Group GmbH	COPE-Netzwerk
Österreichischer Rundfunk/ORF Online und Teletext GmbH & Co KG	orf.at
Missing Link Media GmbH	Missing Link (Podcast Network)
DJ Digitale Medien GmbH	heute.at
willhaben internet service GmbH & Co KG	willhaben.at
GroupM	FLEX Int. Display-Netzwerk
GroupM	Webradio/ FLEX Int. Audio-Netzwerk (Webradio)
YOC	YOC-Netzwerk
NetDoktor GmbH	netdoktor.at
GroupM	FLEX Int. Gaming-Netzwerk
Weekend Online GmbH	weekend.at

Gewichtung der eingesetzten Medien und deren Medieninhaber:innen (OoH)

Medieninhaber:in	Medium
GroupM	FLEX Poster Pack (Plakate)
GroupM	FLEX DigiScreens (Infoscreen, ÖBB, Gewista)
Young Enterprises Media GmbH	Digitale Screens
Gewista Werbegesellschaft mbH	ULF-Straßenbahnbelegung
Boomerang Media GmbH	Freecards
Goldbach Media Austria GmbH	Digital Screens

Gewichtung der eingesetzten Medien und deren Medieninhaber:innen (Hörfunk)

Medieninhaber:in	Medium
Österreichischer Rundfunk	Hitradio Ö3
RMS Radio Marketing Service GmbH Austria	RMS Austria Top Kombi
GroupM	FLEX RMS Booster
GroupM	FLEX Ö3 Booster
KRONEHIT Radio BetriebsgmbH	KRONEHit National
RMS Radio Marketing Service GmbH Austria	RMS Austria SingleSpots

Gewichtung der eingesetzten Medien und deren Medieninhaber:innen (TV)

Medieninhaber:in	Medium
Österreichischer Rundfunk	ORF1
Österreichischer Rundfunk	ORF2
RTL interactive GmbH	RTL
RTL interactive GmbH	RTL2
Seven.One Entertainment Group GmbH	KABEL1
GroupM	FLEX PRO7 ReachBooster
ATV Privat TV GmbH & Co KG	ATV
GroupM	FLEX Sky Sport A ReachBooster
RTL interactive GmbH	VOX
Seven.One Entertainment Group GmbH	PRO7
RTL TELEVISION GMBH	NITRO
ATV Privat TV GmbH & Co KG	ATV2
A.Digital Errichtungs- und Beteiligungs GmbH	OE24 TV
GroupM	FLEX PULS4 Reachbooster
Seven.One Entertainment Group GmbH	SAT.1 Gold

GroupM	FLEX RTL ReachBooster
Red Bull Media House GmbH	ServusTV
Seven.One Entertainment Group GmbH	SAT 1
RTL interactive GmbH	superRTL
PULS 4 TV GmbH & Co KG	Puls 4
RTL interactive GmbH	RTLup
GroupM	FLEX RTL2 Reachbooster
GroupM	FLEX ATV ReachBooster
GroupM	FLEX SAT.1 ReachBooster
GroupM	FLEX VOX ReachBooster
Discovery Communications Deutschland GmbH & Co. KG	TLC
Seven.One Entertainment Group GmbH	SIXX
n-tv Nachrichtenfernsehen GmbH	NTV
GroupM	FLEX superRTL ReachBooster
GroupM	FLEX RTLup ReachBooster
GroupM	FLEX SAT.1 Gold ReachBooster
GroupM	FLEX Nitro Reachbooster
Discovery Communications Deutschland GmbH & Co. KG	DMAX
GroupM	FLEX Kabel1 ReachBooster
Seven.One Entertainment Group GmbH	PRO7 Maxx
Seven.One Entertainment Group GmbH	KABEL1 Doku
GroupM	FLEX PRO7 Maxx ReachBooster
GroupM	FLEX ATV2 ReachBooster
GroupM	FLEX SIXX ReachBooster
GroupM	FLEX KABEL1 Doku ReachBooster
GroupM	FLEX Sport1 ReachBooster
GroupM	FLEX R9 ReachBooster
GroupM	FLEX oe24 ReachBooster
GroupM	FLEX NTV ReachBooster
Sport1 GmbH	Sport1
VIMN Germany GmbH	Comedy Central
GroupM	FLEX Canal+ ReachBooster

Gewichtung der eingesetzten Medien und deren Medieninhaber:innen (Social Media)

Medieninhaber:in	Medium
GroupM	FLEX Video YouTube
Meta Platforms Ireland Limited	Facebook und Instagram
LinkedIn Ireland UnlimitedCompany	LinkedIn

Darstellung der Hauptsujets



Impressum

Herausgeber und Medieninhaber:
Bundesministerium für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport
Abt. I/6 – Öffentlichkeitsarbeit
bmkoes.gv.at
Änderungen vorbehalten
Wien, 2024