

Handlungsfeld (HF)	8 Mitarbeitendengewinnung und -bindung									
Leitprojekt (LP)	5 Flankierung der Kampagne #bleiboben									
Federführung	MWVATT (Referat Dachmarke, Standortmarketing)									
Leitziele										
▪ Gewinnung von Nachwuchskräften für den Tourismus										
Projektbeschreibung										
▪ Vermarktung Schleswig-Holsteins als attraktiver Arbeits- und Lebensstandort ▪ Nutzung der Kampagne für den Arbeitsmarkt Tourismus ▪ Integration des Tourismus als etablierter Wirtschaftsmotor in die Aktivitäten der #bleiboben-Kampagne ▪ Erweiterung der Ausrichtung des touristischen Marketings auf Landes-, regionaler und lokaler Ebene auf die Zielgruppe Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer ▪ Referat 52: Verknüpfung mit der FI.SH (siehe LP 2); u. a. Festlegung der Top-Mangelberufe in Schleswig-Holstein gemeinsam mit BA, IHK, UV-Nord										
Zeitplanung	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	
Stand der Umsetzung			Abgeschlossen					Stand: 15.10.2025		
Erfolgte Aktivitäten			▪ Tourismus als eine der dargestellten Schwerpunktbranchen im Rahmen der #bleiboben-Kampagne 2018 - 2023 ▪ Bewerbung ausgewählter Ausbildungsberufe im HoGa-Bereich auf der Kampagnenwebsite bleib-oben.de sowie auf dem Instagram-Kanal @bleib_oben: Fachmann/-frau für Restaurants und Veranstaltungsgastronomie, Hotelfachmann/-frau, Koch/Köchin (Juni 2022 zur Nachvermittlung von Ausbildungsstellen 18.08.2022, Start des Ausbildungsjahr 01.08.2023 und Nachvermittlung von Ausbildungsstellen 01.09.2023) ▪ Testimonial-Filme „Lucas“ (Koch von der Insel Sylt, 2022) und „Kathi“ (Frontoffice-Managerin in St. Peter-Ording, 2020) als Teil der Kampagne weiterhin auf Kampagnenwebsite eingebunden ▪ Entwicklung eines digitalen Magazins gemeinsam mit dem Schleswig-Holsteinischen Institut für Berufliche Bildung (SHIBB) zur Woche der Beruflichen Bildung im November 2024; Bewerbung bis in das Jahr 2025 hinein über den.shz-Verlag ▪ Markentreiberanalyse als Grundlage für das Standortmarketing (2025) - Nutzung auch durch touristische Akteure möglich							
Outcome			▪ Branchenübergreifende Kampagne zur Adressierung von (Nachwuchs-)Fachkräften ▪ Markentreiberanalyse „Schleswig-Holstein als Land zum Leben und Arbeiten“							
Folgeprojekte / Weiterarbeit mit dem Ergebnis (Ideen)			▪ Mit Regierungs- und damit verbundenen Zuständigkeitswechsel für die Berufliche Bildung ins Ministerium für Allgemeine und Berufliche Bildung, Wissenschaft, Forschung und Kultur (MBWFK) 2022 liegt der Fokus der #bleiboben-Kampagne auf der Bewerbung klimaschutzrelevanter Berufe, siehe Klimaschutzrelevante Berufe - Der echte Norden ▪ Darstellung der Vorteile einer dualen Berufsausbildung im Allgemeinen, welche die Motive der Jugendlichen direkt							

	andressieren, auf der Website Nachwuchskräfte - Der echte Norden ▪ Vermarktung des Lebens- und Arbeitsstandortes Schleswig-Holstein übergeordnet über die Standortmarketingkampagne (aktuelle Schwerpunktbranchen: Erneuerbare Energien, Maritime Wirtschaft, Gesundheitswirtschaft, Ernährungswirtschaft, Digitale Wirtschaft) ▪ Kontinuierliche Ausspielung der Testimonial-Filme „Kathie“ und „Lucas“ über Kanäle der touristischen Akteur:innen
Weiterführende Informationen	
▪ Kurzfassung Markentreiberanalyse „Schleswig-Holstein als Land zum Leben und Arbeiten“ ▪ Website der Nachwuchskräftekampagne #bleiboben ▪ Film „Kathie“ und Film „Lucas“	