

Nachwuchswerbung an Schulen

Projektmanagement im H1

Kurs 5

Gliederung

1. Projektanlaufphase

- * Ideenfindung

2. Definitionsphase

- * Teambildung
- * Projektauftrag
- * Situationsanalyse
- * Projektzielsetzung (SMART)
- * Stakeholderanalyse

3. Projektplanungsphase

- * Projektstrukturplan
- * Meilensteine
- * Ablaufplan
- * Zeitplan
- * Risikoeinschätzung
- * Kostenschätzung

Gliederung

1. Projektanlaufphase

- * Ideenfindung

2. Definitionsphase

- * Teambildung
- * Projektauftrag
- * Situationsanalyse
- * Projektzielsetzung (SMART)
- * Stakeholderanalyse

3. Projektplanungsphase

- * Projektstrukturplan
- * Meilensteine
- * Ablaufplan
- * Zeitplan
- * Risikoeinschätzung
- * Kostenschätzung

1. Projektanlaufphase

Brainstorming zur Ideenfindung

- *Zeitlimit 0,5 h
- *Definition von Ausschluss Themen
- *Sortieren der Vorschläge nach Nutzen und Interessengruppen
- *Auswahl des Projektthemas

1. Projektanlaufphase

- * Konkretisierung des Projektzieles
- * Überlegungen hinsichtlich der Zielerreichung
- * „Nachwuchswerbung an Schulen“

- * Übergang in die Definitionsphase

Gliederung

1. Projektanlaufphase
 - * Ideenfindung
2. **Definitionsphase**
 - * Teambildung
 - * Projektauftrag
 - * Situationsanalyse
 - * Projektzielsetzung (SMART)
 - * Stakeholderanalyse
3. Projektplanungsphase
 - * Projektstrukturplan
 - * Meilensteine
 - * Ablaufplan
 - * Zeitplan
 - * Risikoeinschätzung
 - * Kostenschätzung

2. Definitionsphase

Teambildung

- * Teamleitung: ZIAnwin Julia Fritzlär
- * Team:
 - ZIAnwin Anja Aguilera
 - ZIAnwin Christina Klebl
 - ZIAnwin Eileen Wagener
 - ZIAnw Jörg Nordlohne
 - ZHS Luca Di Prima

2. Definitionsphase

Projektauftrag wird erteilt im Anschluss an

- *Projektantrag mit
- *Vorstellung / Benennung des Projektes,

- *hier: formlos durch den Auftraggeber
Prof. Dr. Möhlmann

2. Definitionsphase

Situationsanalyse

- *Präsenz der Zollverwaltung in der Öffentlichkeit
- *Bild des Zolls vom Vollzugsdienst geprägt
- *Schwer zugängliche Informationen über Studieninhalte
- *Anwärter im g.D. oft enttäuscht über die tatsächlichen Inhalte des Studiengangs
- *Bewerbung beim Zoll oft „Plan B“

2. Definitionsphase

Projektzielsetzung

Werbung von Nachwuchs an Schulen,
um das Interesse an den gehobenen Dienst der Zollverwaltung
schon zu einem frühen Zeitpunkt nachhaltig zu wecken.

2. Definitionsphase

Projektzielsetzung

SMART – Kriterien

- * Langfristig ausgelegte Umsetzung
- * Vermittlung von Informationen über Studieninhalte und dem studentischen Alltag in Münster.
- * Darstellung der verschiedenen Aufgaben im Binnenzolldienst.

2. Definitionsphase

Stakeholderanalyse

Was ist der Nutzen?

- *Bewerber wissen was auf sie zukommt.
- *Es werden Schüler erreicht, die vom Vollzugsimage abgeschreckt werden.
- *Interessierte Schüler können Kontakt zu den vortragenden Bediensteten aufbauen.

2. Definitionsphase

Stakeholderanalyse

Wer hat den Nutzen?

*Bewerber:

Höhere Qualität der Informationen,
Bessere Abwägung von Pro/Contra vor der
Bewerbung

2. Definitionsphase

Stakeholderanalyse

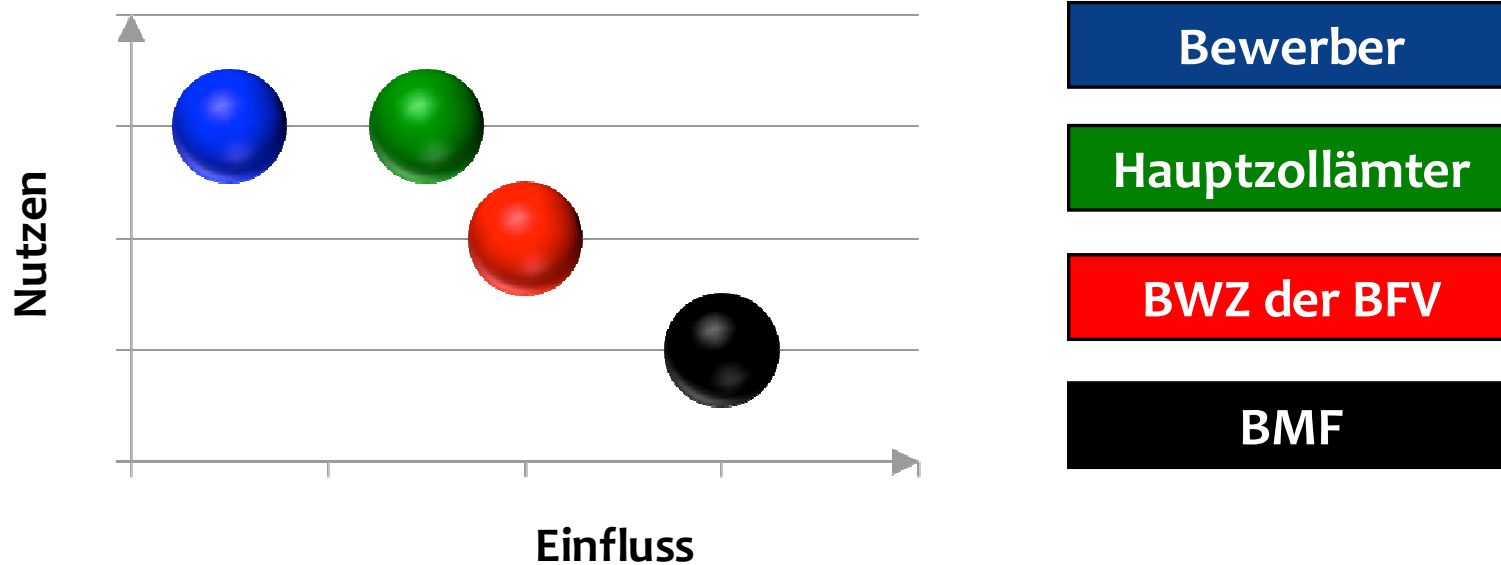
Wer hat den Nutzen?

*Dienstherr:

Verfeinerung des eigenen Images,
Reduzierung von Verwaltungsaufwand und
Kosten,
Erreichbarkeit qualifizierter Bewerber

2. Definitionsphase

Stakeholderanalyse



Gliederung

1. Projektanlaufphase

- * Ideenfindung

2. Definitionsphase

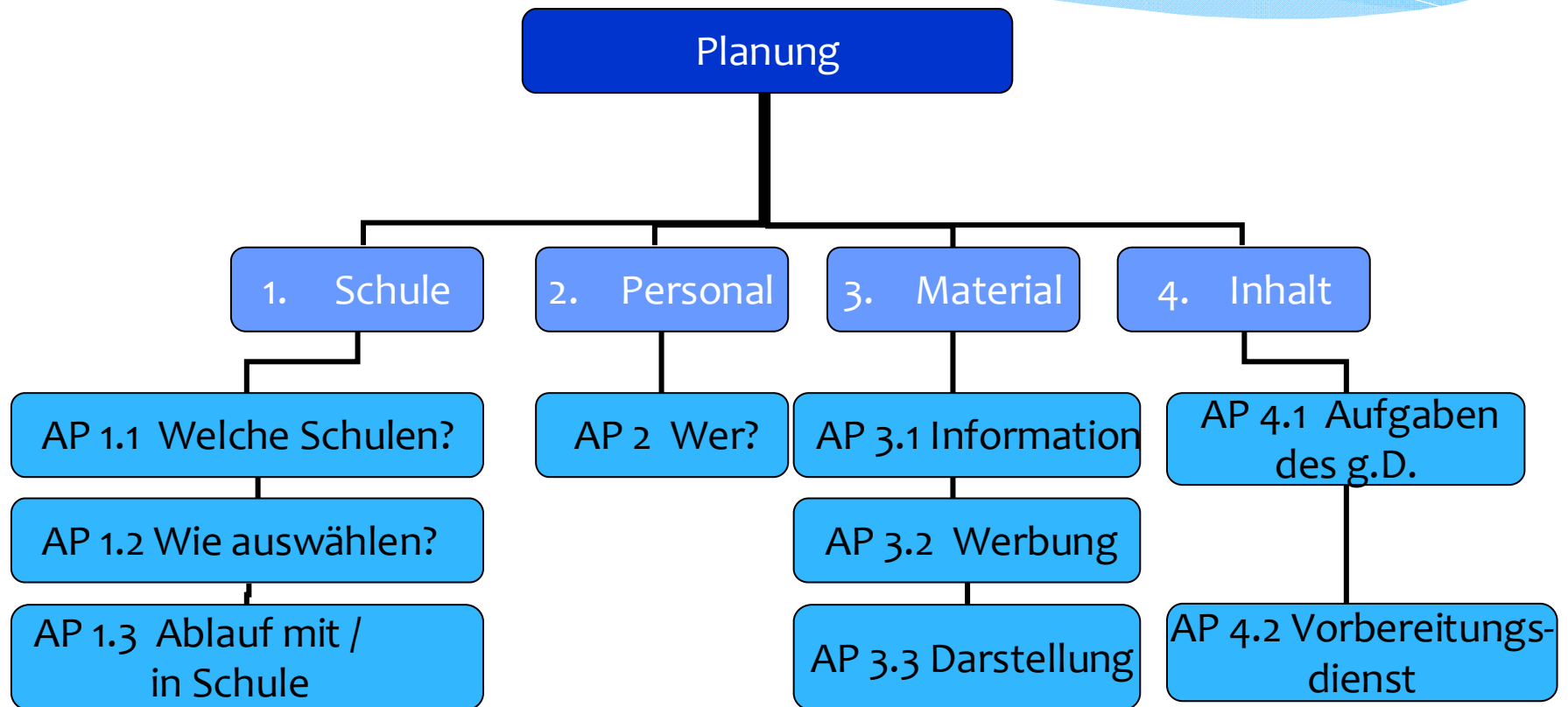
- * Teambildung
- * Projektauftrag
- * Situationsanalyse
- * Projektzielsetzung (SMART)
- * Stakeholderanalyse

3. **Projektplanungsphase**

- * Projektstrukturplan
- * Meilensteine
- * Ablaufplan
- * Zeitplan
- * Risikoeinschätzung
- * Kostenschätzung

3. Projektplanungsphase

Projektstrukturplan

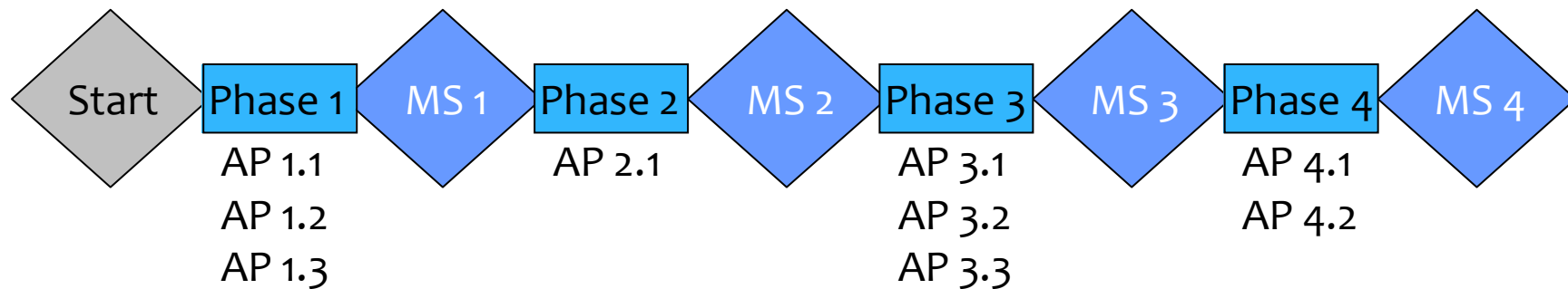


3. Projektplanungsphase

Meilensteine:

- 1. Auswahl der Schulen
- 2. Festlegung der Inhalte

- 3. Personalauswahl
- 4. Materialbereitstellung



3. Projektplanungsphase

Zeitplan

	Nov	Dez	Jan	Feb	Mär	April	Mai	Jun	Jul	Aug	Sept	Okt
Vorbereitung Infomaterial	Zeitfenste	Zeitfenste	Zeitfenste	Deadline								
Auswahl der Projektbeteiligten		Zeitfenste	Zeitfenste	Zeitfenste	Deadline							
Schulung des Personal					Zeitfenste							
Auswahl der Schulen				Zeitfenste	Zeitfenste	Zeitfenste	Zeitfenste	Deadline				
Terminmanagement der Schulen								Zeitfenste	Zeitfenste	Zeitfenste	Zeitfenste	Zeitfenste
Beginn der Veranstaltungen										Zeitfenste	Zeitfenste	Zeitfenste

Zeitfenste

Deadline

3. Projektplanungsphase

Risikoeinschätzung

*Zu hohe Nachfrage seitens der Schulen

➤ Abarbeitung über längere Zeiträume

*Schule kann keine vollen Tage für Infoveranstaltung einräumen

➤ Veranstaltungen werden in Schulstundenlänge durchgeführt

3. Projektplanungsphase

Kostenschätzung*

kassenwirksam

Werbematerial	ca. 300 €
Infomaterial	ca. 100 €
<u>Reisekosten</u>	<u>ca. 500 €</u>
Gesamt	ca. 900 €

kassenunwirksam

Personal
Dienstfahrzeug

*für ein Jahr je HZA

Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit