



Beschluss

TOP I.16 Rechtsstaatskampagne von Bund und Ländern zur Förderung der Nachwuchsgewinnung in der Justiz – ein starker und wehrhafter Rechtsstaat braucht eine leistungsfähige Justiz

Berichterstattung: Nordrhein-Westfalen, Baden-Württemberg, Bayern, Berlin, Brandenburg, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein, Thüringen

1. Die Justizministerinnen und Justizminister nehmen den Vorschlag der Bund-Länder-Arbeitsgruppe zur Ausgestaltung der „Rechtsstaatskampagne zur Nachwuchsgewinnung“ zur Kenntnis. Sie beschließen mit Blick auf die zentrale Bedeutung der Justiz für einen starken, wehrhaften und funktionierenden Rechtsstaat sowie die herausfordernde Aufgabe der Nachwuchsgewinnung die Durchführung der gemeinschaftlichen und bundesweiten Kampagne, in der die Justiz der Länder gemeinsam auf ihre zentrale Bedeutung für einen starken und wehrhaften Rechtsstaat aufmerksam macht und sich damit auch als attraktive Arbeitgeberin mit vielfältigen Berufsmöglichkeiten präsentiert.
2. Diese Kampagne beinhaltet:
 - Die Konzeption, Produktion und Beratung bei der Vermarktung von Werbemitteln für einen Kino- und ggfls. TV-Spot, Anzeigen in überregionalen Printmedien sowie einer Landingpage im Internet.
 - Die gemeinsame Auswahl des Anbieters der Werbemittel.

Herbstkonferenz

28. November 2024 in Berlin



95. Konferenz der
**Justizministerinnen
& Justizminister**
Niedersachsen 2024

- Die Möglichkeit der individuellen – im besten Fall konzertierten – Ausspielung der Werbemittel in eigener Verantwortung der Länder.
3. Die Justizministerinnen und Justizminister beauftragen das Justizministerium des Landes Niedersachsen mit der Durchführung von Ausschreibung und Vergabe der Kampagne.

Die für die Ausgestaltung der Kampagne angesetzten Kosten in Höhe von 130.000 € werden auf Grundlage des Königsteiner Schlüssels auf die Länder umgelegt. Der Bund wird gebeten, sich angemessen zu beteiligen.
 4. Die Kampagne soll möglichst im vierten Quartal des Jahres 2025 die breite Öffentlichkeit über gezielte Werbeplätze (z.B. Kino, TV und überregionale Zeitschriften) erreichen, ohne in Konkurrenz zu bereits laufenden Nachwuchsgewinnungsmaßnahmen oder -kampagnen der Länder zu treten. Die bundesweite Kampagne kann von den Ländern in deren Auftritten (z.B. in sozialen Medien, auf Homepages etc.) integriert bzw. eigenständig genutzt werden, um den Wirkkreis der Kampagne zu verlängern und zu vergrößern.
 5. Die konkrete mediale Ausspielung der Kampagne erfolgt in Eigenverantwortung der Länder, die den Nutzungsumfang im Rahmen der jeweiligen haushälterischen Möglichkeiten gestalten können.
 6. Die Bund-Länder-Arbeitsgruppe „Rechtsstaatskampagne zur Nachwuchsgewinnung“ wird beauftragt, im Jahr 2026 über den Ablauf und die Ergebnisse der Kampagne zu berichten.