

„Die Besten finden, begeistern, fördern und binden“
Ausbildungsmarketing - neue Wege bei der Nachwuchsgewinnung
09. November 2017




Vom klassischen Zeitungsinserat bis zum „Recruiting Slam“: die Frage, wie gute Nachwuchskräfte für das eigene Unternehmen gewonnen werden können, beschäftigt Geschäftsführer und Personalbeauftragte seit Langem. Mit der sinkenden Zahl an Ausbildungsbewerbern müssen Betriebe verstärkt in die Bewerbung ihrer Ausbildungsplätze und des eigenen Unternehmens investieren. Besonders im digitalen Zeitalter ist die Frage, WO und WIE Schulabgänger am besten erreicht werden können zentral.

Dagmar Gierse (Servicestelle Fachkräftesicherung, IHK Siegen) hat zu Beginn der Veranstaltung den Fokus auf die **Unternehmenshomepage** gelegt. Sie ist das digitale Aushängeschild des Unternehmens, nicht nur für Kunden, sondern auch für potentielle Bewerber. Alle zwei Jahre vergibt die IHK Siegen den „Ausbildungs-Frieder“, einen Preis der die Homepage kleiner und mittlerer Unternehmen auszeichnet und den Blick dabei ganz gezielt auf die Gewinnung von Auszubildenden lenkt. Die Jury besteht aus Schülerinnen und Schülern von fünf Schulen aus der Region, denn sie können am besten beurteilen, welche Internetauftritte sie bei ihrer Ausbildungsplatzsuche am meisten ansprechen.

Neben den diesjährigen Gewinnern stellte Dagmar Gierse die Ergebnisse der Schülerbefragung vor. Neben einem klaren und übersichtlichen Aufbau der Homepage, auf der die Ausbildungsangebote gut zu finden sind, waren folgende Aspekte wichtig für die Schüler:

- ➔ Viele Bilder (von Azubis und Ansprechpersonen)
- ➔ Videos über die Ausbildung & Interviews mit Azubis
- ➔ Bewerbungstipps
- ➔ Weiterbildungs- und Karrieremöglichkeiten in der Firma

ANSPRECHPARTNER

	Ausbildungsleiter Christoph Müller Christoph.Mueller@SchauerteGmbH.de
	Ausbildungsbotschafter Jonas Friebel Ausbildungsbotschafter@SchauerteGmbH.de
	Ausbildungsbotschafter Torben Mick Kapp Ausbildungsbotschafter@SchauerteGmbH.de

1



1) Homepages der diesjährigen Gewinner: Schauerte GmbH & Co. KG & Dango & Dienenthal Maschinenbau GmbH

Was den Schülern weniger gefallen hat, wurde ebenfalls deutlich:

- Zu lange Texte
- Wenig Informationen über die Ausbildung im Betrieb
- Unübersichtliche Webseiten
- Keine Angabe von Ansprechpartnern

Diese Ergebnisse¹ bieten Unternehmen einen guten Eindruck, wie sie potentielle Nachwuchskräfte gezielt über die Homepage des Unternehmens ansprechen können. Als Interviewpartnerin konnte Larissa Brill aus eigener Erfahrung berichten. Das Unternehmen brill + adloff Formen- und Kunststofftechnik GmbH aus Lennestadt belegte 2015 den dritten Platz des Ausbildungs-Frieders. Larissa Brill machte deutlich, wie wichtig die Kommunikation über online Medien für ihr Unternehmen geworden ist: „Grundsätzlich werben wir so gut wie gar nicht mehr über Printmedien.“ Auch die Kommunikation über Gleichaltrige spielt eine wichtige Rolle: „Unsere ehemaligen Auszubildenden berichten auf unserer Homepage in einem Interview über ihre Ausbildung bei uns. Um einen leichteren und persönlicheren Einstieg bei potenziellen Auszubildenden zu finden, sprechen wir Schüler mit Du an“, so Larissa Brill. Sascha Weinrich, Experte für Marketing von der Werbeagentur detogo, gab den Gästen im Publikum noch einen guten Tipp: „Auch wenn die aktuellen Ausbildungsplätze schon vergeben sind, sollte man Karriereseiten für Azubis in jedem Fall weiter pflegen.“ Das gelingt laut Sascha Weinrich zum Beispiel über einen Hinweis, dass die Ausbildungsplätze für dieses Jahr schon vergeben sind und die Aufforderung zu einem späteren Zeitpunkt nochmal vorbeizuschauen. Idealerweise könnten sich Bewerber für einen Newsletter eintragen und würden dann darüber weitere Infos zu Bewerbungsterminen erhalten. Unternehmen können auf diese Weise Kontakt zu Interessenten und potentiellen Bewerbern halten und sie an sich binden.



Jennifer Novak, Berufsbildungszentrum (bbz) der IHK Siegen, hat dem Publikum eine weitere Möglichkeit, für das eigene Unternehmen und freie Ausbildungsplätze zu werben, vorgestellt. Als Koordinatorin betreut sie das Projekt „Ausbildungsbotschafter“ in den Kreisen Siegen-Wittgenstein und Olpe.

„Ausbildungsbotschafter“ sind junge Auszubildende aus regionalen Unternehmen, die nach einer eintägigen Schulung im bbz, Schulklassen ihren Beruf und ihre Ausbildung näherbringen und ihren Ausbildungsbetrieb vorstellen.

Neben direkten und authentischen Einblicken in verschiedene Ausbildungsberufe erhalten Schüler die Möglichkeit, direkt mit den Auszubildenden in Kontakt zu treten. Ausbildungsbotschafter sind mit den Jugendlichen auf Augenhöhe, berichten von persönlichen Erlebnissen und Erfahrungen und beantworten die Fragen der Schüler.



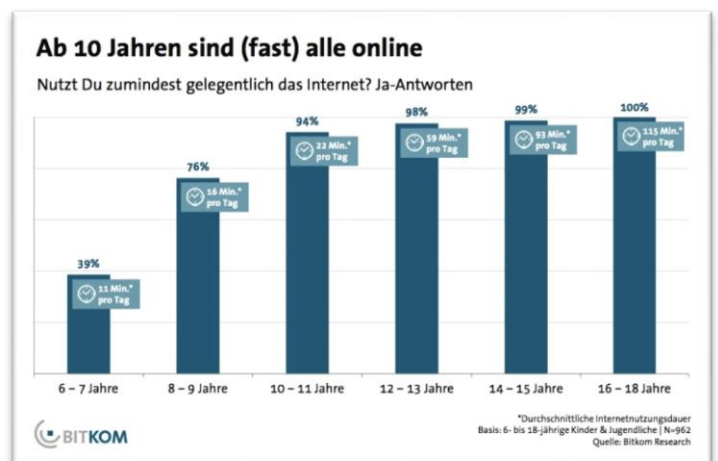
¹ Alle Ergebnisse finden Sie im PDF-Dokument „Ausbildungs-Frieder“

Als Projektteilnehmer der ersten Stunde lässt die Firma Slawinski & Co. GmbH seit mittlerweile drei Jahren Auszubildende aus dem kaufmännischen und technisch-gewerblichen Bereich zu Ausbildungsbotschaftern schulen. Anna Lena Oerter, zuständig für Personal und Ausbildung bei Slawsinki, konnte dem Publikum gemeinsam mit zwei Ausbildungsbotschaftern, Lasse Mielke und Silena Dignaß, von ihren bisherigen Projekterfahrungen berichten. Anna-Lena Oerter sieht insbesondere den direkten Draht der Auszubildenden zu den Schülern als großen Vorteil. Nicht zuletzt können sie so den Schülern Unternehmenspraktika anbieten, bei denen die Jugendlichen die Auszubildenden begleiten und von ihnen lernen. „Das kommt bei den Schülern sehr gut an“, so Anna Lena Oerter.

Neben der Frage, wie Unternehmen Jugendliche und potentielle Bewerber für ihre Ausbildungsplätze erreichen, widmete sich Burhan Demir, Ausbildungsberater bei der IHK Siegen, einem anderen Aspekt: der Qualität der dualen Ausbildung in Unternehmen. Mit dem „**Gütesiegel Ausbildung Südwestfalen**“ werden Betriebe in der Region ausgezeichnet, die eine qualitativ hochwertige Ausbildung anbieten. Nach einem Online-Selbstcheck und einem Beratungsgespräch mit der IHK können sich kleine und mittlere Unternehmen für das Gütesiegel bewerben. Ein im Betrieb durchgeführtes Audit und eine anschließende Beratung der Jury entscheiden dann über die Zertifizierung und die Verleihung des Siegels. Dieses kann von den teilnehmenden Unternehmen als Qualitätsmerkmal im Bereich der Ausbildung und als Instrument zur Bewerbung von Ausbildungsplätzen eingesetzt werden.²

Soziale Netzwerke wie Facebook, Instagram und Co. sind schon lange keine rein privat genutzten Medien mehr. Immer mehr Unternehmen nutzen diese Plattformen zu Marketing- und Vertriebszwecken. Warum also nicht auch zur Akquise von Auszubildenden? Jennifer Novak, bbz Siegen, stellte dem Publikum Möglichkeiten, Chancen aber auch Risiken, von **Ausbildungsmarketing in Sozialen Netzwerken** vor. Die Gründe, Social Media zu Marketingzwecken zu nutzen, liegen auf der Hand:

1. Generation Z: Jugendliche dort erreichen, wo sie sich aufhalten
2. Zielgruppengerechte Kommunikation & Verbesserung der Kundenbindung
3. Marktbeobachtung (Konkurrenz, aktuelle Themen, Trends und Meinungen)
4. Große Reichweite



Durchschnittliche Internetnutzungsdauer 6- bis 18-jähriger Kinder und Jugendlicher, Quelle: Bitkom Research

² Weitere Informationen zum Gütesiegel Ausbildung Südwestfalen“ erhalten Sie auf der Homepage der IHK Siegen und von Burhan Demir.

Die Referentin machte jedoch auch deutlich, dass erfolgreiches Marketing im Social Web eine professionelle Betreuung der Netzwerke erfordert - von der strategischen Planung über die Erstellung regelmäßiger Beiträge bis zur Evaluation und Weiterentwicklung. Auf die Frage, wie man Jugendliche über Facebook, Instagram, Youtube & Co. für Ausbildungsplätze und das eigene Unternehmen gewinnen kann, gibt eine Marktbeobachtung gute Antworten. Jugendliche interessieren sich für authentische Einblicke in die Ausbildung, den Arbeitsalltag und das Unternehmen. Sie schätzen die Kommunikation auf Augenhöhe, also durch Gleichaltrige. Wie das aussehen kann, zeigen einige Beispiele in der Präsentation.³



4



Unternehmen, die soziale Netzwerke zu Marketingzwecken, z.B. der Bewerbung von Ausbildungsplätzen und des eigenen Unternehmens, nutzen möchten, sollten sich über die Möglichkeiten und Chancen, aber auch mögliche Risiken und den Aufwand im Klaren sein.

Insbesondere mit Blick auf eine junge und sehr medienaffine Zielgruppe ist das Social Web jedoch schon heute nicht mehr aus dem Marketing wegzudenken. Der IHK-Zertifikatslehrgang „Social-Media-Manager/in“ bietet eine optimale Vorbereitung auf die Konzeption, Umsetzung und Optimierung einer ganzheitlichen Social Media Strategie im Unternehmen vor.⁵

Wir danken allen Referenten und Gästen für diese gelungene Veranstaltung und für die vielen konstruktiven Beiträge und Anregungen zu dem Thema! Wir freuen uns, Sie zur nächsten Veranstaltung im bbz zu begrüßen. Die nächsten Termine finden Sie unter „Aktuelles“.

³ Die Präsentation können Sie im PDF-Format unter „Aktuelles“ herunterladen.

⁴ Quellen: links: Instagram: #Janinabeidm; rechts: Facebook: Ausbildung-Gustav Hensel GmbH & Co. KG

⁵ Weitere Informationen zu dem bbz-Lehrgang erhalten Sie von Katharina Heinemann (0271 89057-36; heinemann@bbz-siegen.de) und auf der Homepage des bbz: www.bbz-siegen.de.