

Azubimarketing

Auszubildende erfolgreich gewinnen
und binden mit dem richtigen
Marketing-Mix



Auszubildende erfolgreich gewinnen und binden mit dem richtigen Marketing-Mix

Sehr geehrte Damen und Herren,

der Fachkräftemangel ist längst in den Unternehmen der Region Trier angekommen. Gerade kleine und mittlere Betriebe spüren bei der Suche nach geeignetem Personal die Auswirkungen des demografischen Wandels und haben beträchtliche Schwierigkeiten bei der Rekrutierung fachkundiger Mitarbeiter. Vor allem Fachkräfte mit abgeschlossener Ausbildung werden im Mittelstand händeringend gesucht. Doch wie kann man ihm begegnen?

Zwar werden in den letzten vier Jahren wieder mehr Säuglinge geboren, doch zwischen 2005 und 2014 ging die Geburtenrate in Deutschland stark zurück. Diese Jahrgänge fehlen heute und zukünftig auf dem Arbeitsmarkt. Darüber hinaus ist seit einigen Jahren ein zunehmender Trend zur Akademisierung zu erkennen: Immer mehr Schüler bleiben bis zum Abitur im Schulsystem und münden danach in ein Studium.

Die grundlegenden Fakten können Sie selbstverständlich nicht ändern, aber wir möchten Ihnen mit diesem Leitfaden eine Hilfestellung an die Hand geben, wie Sie Ihr Unternehmen attraktiv als potentieller Ausbildungsbetrieb darstellen können. Im ersten Schritt bedeutet das eine bewusste, ehrliche Reflektion des Ist-Zustandes: Vor welchen Problemen stehen Sie bei der Besetzung der Ausbildungsstellen? Erhalten Sie zu wenige Bewerbungen? Erhalten Sie Bewerbungen von der falschen Zielgruppe? Erhalten Sie vielleicht Bewerbungen, führen viele Gespräche, aber können zu wenige Auszubildende aus diesem Prozess gewinnen? Im zweiten Schritt entwickeln Sie Ideen aus diesen Erkenntnissen: Inwiefern können Sie sich anders aufstellen, um Ihre Ausbildungsstellen bestmöglich zu besetzen?

Sie erhalten Checklisten zur Erstellung eines eigenen Ausbildungsmarketing- und Personalauswahlkonzepts, die Sie ganz nach Ihren individuellen, betrieblichen Gegebenheiten und Bedürfnissen anpassen können. Im letzten Teil dieses Leitfadens erhalten Sie Informationen und Kontakte zu Unterstützungsangeboten der IHK Trier sowie der Agentur für Arbeit Trier.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß bei der Lektüre und viel Erfolg bei der Umsetzung!

Mit besten Grüßen
Industrie- und Handelskammer Trier

Inhaltsverzeichnis

I Ausbildungsmarketing	4
I.1 Wozu Ausbildungsmarketing?	4
I.2 Was ist Ausbildungsmarketing?	4
II Bestandsaufnahme der Ist-Situation	5
III Transfer	6
Frage 1: Wie tickt die neue Generation?	6
Frage 2: Sind wir bereit, uns auf die junge Generation (vorurteilsfrei) einzulassen?	7
Frage 3: Suchprofile und Zielgruppen	8
Frage 4: Wie können wir unsere Ausbildung künftig gestalten?	9
Frage 5: Wie sieht das Alleinstellungsmerkmal unserer Ausbildung aus?	10
Frage 6: Wie schaffen wir es, in der Öffentlichkeit als Ausbildungsunternehmen wahrgenommen zu werden?	12
Frage 7: Wie sieht unser Ausbildungsmarketing aus?	14
IV Bindung von Bewerbern an das Unternehmen	15
V Erfolgskontrolle	16
VI Unterstützungsangebote der IHK Trier und der Agentur für Arbeit Trier	19
VI.1 IHK Trier	19
VI.2 Agentur für Arbeit	21
Quellennachweis	22
Impressum	22

I Ausbildungsmarketing

I.1 Wozu Ausbildungsmarketing?

Seit einigen Jahren ist die Situation auf dem Ausbildungsmarkt in den meisten Regionen Deutschlands im Wandel. Besonders kleine und mittlere Unternehmen (KMU) klagen über Schwierigkeiten, Jugendliche für eine Ausbildungsstelle zu finden.

Dies hat mehrere Gründe:

- Der demografische Wandel ist angekommen: Es gibt mehr offene Stellen als Bewerber, so dass unter den ausbildungswilligen Unternehmen ein wahrer Wettstreit um Jugendliche ausgebrochen ist
- Ein anhaltender Akademisierungstrend führt dazu, dass immer mehr Jugendliche das Abitur mit anschließendem Hochschulstudium anstreben
- Viele Jugendliche verlassen die Schule mit mangelnder Ausbildungsreife, so dass Unternehmen wenig bis keine geeigneten Bewerbungen mehr erhalten
- Schulabgänger haben ungenaue berufliche Vorstellungen
- Alte Rekrutierungsmethoden greifen nicht mehr (ausreichend)

Fazit: Der Markt hat sich gewandelt. Aus einem Anbietermarkt ist ein Nachfragemarkt geworden.

Daraus ergeben sich Fragestellungen, die Sie für sich beantworten sollten:

- Bin ich bereit, mich in der Ausbildung mit Jugendlichen auseinanderzusetzen, die vielfach anders sind als die Generationen zuvor?
- Ist es notwendig und bin ich bereit, Jugendliche in meinen Bewerberkreis aufzunehmen, die ich noch vor einigen Jahren auf keinen Fall in Erwägung gezogen hätte?
- Wenn ja: Bin ich bereit, die daraus resultierende Heterogenität unter den Auszubildenden in meinem Ausbildungskonzept zu berücksichtigen?
- Bin ich bereit, meine Ausbildung auf den Prüfstand zu stellen, ggf. zu erneuern und darauf aufbauend mein Ausbildungsmarketingkonzept zu erstellen?

I.2 Was ist Ausbildungsmarketing?

Definition: Ausbildungsmarketing umfasst alle Maßnahmen und Aktivitäten, um alle offenen Ausbildungsplätze mit geeigneten, qualifizierten Bewerbern zu besetzen und diese an das Unternehmen zu binden.

Ziele eines gelungenen Ausbildungsmarketings sind:

- Steigerung der Anzahl der Bewerber durch gutes Image und Erhöhung des Bekanntheitsgrades
- Auswahl und Einstellung geeigneter Auszubildender sowie Übernahme geeigneter Fachkräfte nach der Ausbildung
- Sicherung der Qualität des beruflichen Nachwuchses

Wir möchten Ihnen mit diesem Handbuch eine Hilfestellung geben, um selbstständig eine Prozessberatung durchführen zu können.

Dazu werden folgende Zwischenschritte vereinbart:

- Analyse und ggf. Neugestaltung der betrieblichen Ausbildung
- Analyse und ggf. Veränderung / Erweiterung des Bewerberkreises
- Herausarbeiten von Alleinstellungsmerkmalen der Ausbildung
- Erstellen einer geeigneten Ausbildungsmarketingstrategie

II Bestandsaufnahme der Ist-Situation

Mit Unterstützung der Checkliste können Sie Tendenzen erkennen, was Ihre zentralen Themen sind.

Frage	Ihre Antwort
Wie „ticken“ die jungen Leute, die sich bei Ihnen bewerben?	
Welche Bewerberzielgruppe haben Sie bisher angesprochen?	
Wie sieht die Nachfrage nach Ausbildungsplätzen in den von Ihnen angebotenen Berufen aus?	
Kennen Sie Ihre Mitbewerber?	
Wie sieht die Ausbildungsinfrastruktur aus? (z. B. Entfernungen Berufsschule – Ausbildungsstätte, Verkehrsanbindungen etc.)	
Wie läuft die Ausbildung in Ihrem Unternehmen ab?	
Wie hebt sich Ihre Ausbildung von der Ihrer Mitbewerber ab?	
Was wissen Sie über Ihre Auszubildenden?	
Wo bewerben Sie Ihr Unternehmen und Ihre offenen Stellen aktuell?	

Ggf. ergeben sich aus der Checkliste heraus Fragen, die Sie beantworten möchten, wie beispielsweise:

1. Wie „tickt“ die neue Generation?
2. Sind wir bereit, uns auf die junge Generation (vorurteilsfrei) einzulassen?
3. Müssen wir unseren Bewerberkreis um andere Zielgruppen erweitern?
4. Wie müssen wir unsere Ausbildung künftig gestalten?
5. Wie sieht das Alleinstellungsmerkmal unserer Ausbildung aus?
6. Wie schaffen wir es, in der Öffentlichkeit als Ausbildungsunternehmen wahrgenommen zu werden?
7. Wie sieht unser Ausbildungsmarketing-Mix aus?

III Transfer

In diesem Kapitel werden wir auf jede der vorab genannten sieben Fragen eingehen und Ihnen Hilfestellung zur Beantwortung geben.

Frage 1: Wie tickt die neue Generation?

Im Folgenden stellen wir Ihnen die Ergebnisse der Bewerberbefragung des Bundesinstituts für Berufliche Bildung (BIBB) aus dem Jahr 2016 vor. Diese Ergebnisse haben noch immer Gültigkeit und geben Aufschluss darüber, was Sie in Ihrem Ausbildungsmarketing beachten sollten:

Wünsche der Auszubildenden an den potentiellen Arbeitgeber	%	Ist in meinem Unternehmen	
		Möglich / gegeben	Nicht möglich
Potenzial als langfristiger Arbeitgeber			
Gutes Betriebsklima	93,00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bietet sichere Arbeitsplätze	90,10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bietet sehr gute Übernahmechancen	85,80	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gute Rahmenbedingungen während der Ausbildung			
Der Betrieb ist gut mit ÖPNV zu erreichen	80,40	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Er liegt in der Nähe des Wohnortes	75,20	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Auszubildende machen keine unbezahlten Überstunden	75,10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterstützt Auszubildende finanziell	73,50	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fördert Vereinbarkeit von Familie und Beruf	72,00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zahlt überdurchschnittliche Ausbildungsvergütungen	69,40	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bietet materielle Anreize zu Beginn der Ausbildung	48,30	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gute gesellschaftliche Vernetzung des Betriebs			
Betrieb hat ein gutes Image	78,40	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Betrieb ist modern ausgestattet	71,70	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Betrieb ist bekannt	63,60	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Betrieb ist in sozialen Netzwerken vertreten	49,70	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Flexible Ausbildungsmöglichkeiten wie in einem Großbetrieb			
Betrieb bietet flexible Arbeitsmöglichkeiten an	67,00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Betrieb bietet über die Ausbildungsordnung hinaus Zusatzangebote an	61,50	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Viele Auszubildende im Betrieb	57,40	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

An die Ausbildung stellen die jungen Menschen folgende Ansprüche (Ergebnisse ohne Gewichtung):

Wünsche der Auszubildenden für die Ausbildung	Ist in meinem Unternehmen	
	Möglich / gegeben	Nicht möglich
Eigene Projekte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ausbilder hat ein offenes Ohr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fehler machen dürfen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Regelmäßiges Feedback	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Motivierte Fachkräfte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arbeit an realen Aufgaben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ausbilder kümmert sich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zukunft im Unternehmen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Alle Ausbildungsinhalte werden abgedeckt (Forderung nach einem betrieblichen Ausbildungsplan)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ernst genommen werden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vorbereitung auf die Prüfung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ausbildung macht Spaß	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Respekt / Dialog auf Augenhöhe auch mit dem Chef	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ergeben sich hieraus Handlungsfelder für mich? Welche?

Frage 2: Sind wir bereit, uns auf die junge Generation (vorurteilsfrei) einzulassen?

In diesem Schritt überlegen Sie, inwieweit die angenommenen Grundmerkmale der jungen Generation konstruktiv in der Ausbildung berücksichtigt werden können.

Hier ein Beispiel:

Grundeigenschaft	Erläuterungen
1. Optimismus	Zukunftschancen? Betriebsklima? Fehlerkultur?
2. Leistungsorientierung	Individuelle Förderung? Eigene Projekte vs. Nachhilfe, engere Begleitung?
3. Das Leben genießen/ Hedonismus	Unterschiedliche Arbeitszeit-Modelle? Akzeptanz des Privatlebens?
4. Anspruchsdenken	Regelmäßige Feedbackgespräche? Kommunikation auf Augenhöhe?

5. Unabhängigkeit	Zielvorgaben und Handlungsspielräume?
6. Familienorientierung	Flexible Arbeitszeitmodelle?
7. Vernetzung	Moderne Kommunikation?

Ergeben sich hieraus Handlungsfelder für mich? Welche?

Frage 3: Suchprofile und Zielgruppen

Nur Sie selbst wissen, wie Ihre langfristige Personalplanung aussieht und inwieweit Sie sie decken können. Haben Sie sich auch über Ihre Suchprofile Gedanken gemacht und über die Bewerber, die für Sie in Frage kommen?

Suchprofil
<p>Wie viele Ausbildungsplätze sollen besetzt werden?</p> <p>Sollen mehrere Jugendliche zur gleichen Zeit ausgebildet werden? Die Vorteile sind nicht zu unterschätzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lerneffekte bei den Auszubildenden können höher sein • Fluktuationen werden aufgefangen • Eine langfristige Planung ist möglich
<p>🗒 Notizen</p>
<p>In welchen Berufen soll ausgebildet werden?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bilden wir noch in den richtigen Berufen aus? Entsprechen sie noch den aktuellen Arbeits- und Prozessabläufen im Betrieb? • Können / sollten neue / andere Berufsbilder angeboten werden?
<p>🗒 Notizen</p>
<p>Wie sieht das Anforderungsprofil für den Beruf aus?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Welche Anforderungen muss der potenzielle Bewerber erfüllen (z. B. gute Mathematikkenntnisse)? • Welche Anforderungen soll er erfüllen (z. B. Grundkenntnisse in Word)? • Welche Anforderungen kann der potenzielle Bewerber erfüllen (z. B. gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift)?
<p>🗒 Notizen</p>
Zielgruppen
<ul style="list-style-type: none"> • Leistungsstarke Schüler (mit Abitur) • Leistungsschwächere Schüler mit niedrigerem Schulabschluss und schlechteren Noten • Jugendliche mit Behinderung • Junge Menschen mit Migrationshintergrund • Altbewerber • Studienabbrecher • etc.

🗑 Notizen
Wie sieht die Nachfrage nach Ausbildungsplätzen in dem Ausbildungsberuf zurzeit aus?
🗑 Notizen
Welche direkten Mitbewerber (Unternehmen) gibt es?
🗑 Notizen
Wie sieht die Ausbildungsstruktur aus? <ul style="list-style-type: none"> • Entfernung Berufsschule – Ausbildungsstätte • Ist eine gute ÖPNV-Anbindung vorhanden? • Kann der Auszubildende problemlos sowohl die Berufsschule als auch die Ausbildungsstätte erreichen?
🗑 Notizen
Welche Schulen sind als „Lieferant“ potenzieller Auszubildender für mein Unternehmen interessant?
🗑 Notizen

Ergeben sich hieraus Handlungsfelder für mich? Welche?

Frage 4: Wie können wir unsere Ausbildung künftig gestalten?

Eine hohe und konstante Qualität der Ausbildung ist das beste Ausbildungsmarketing. Der Grundstein wurde mit den Überlegungen gelegt, wie sich die Grundeigenschaften der Jugendlichen auf die Gestaltung der Ausbildung auswirken müssten.

Ausbildung gestalten
Wie wird unser Unternehmen in der Öffentlichkeit wahrgenommen? Wo erfahren wir das? Wie gefällt uns unser Bild in der Öffentlichkeit?
🗑 Notizen
Was zeichnet unsere Branche aus?
🗑 Notizen
Was zeichnet die Berufe aus, in denen wir ausbilden?
🗑 Notizen

Welchen Stellenwert hat die Ausbildung in unserem Unternehmen?
<ul style="list-style-type: none"> • bei der Unternehmensleitung • beim Ausbildungspersonal • bei den übrigen Mitarbeitern
🗑 Notizen
Kennen alle unsere Ausbildungsbeauftragten die Grundeigenschaften der jungen Generation?
🗑 Notizen
Verstehen unsere Ausbildungsbeauftragten, warum die jungen Menschen so sind wie sie sind?
🗑 Notizen
Sind sie in der Lage, dies in der Gestaltung der Ausbildung zu berücksichtigen?
🗑 Notizen
Ist unser Unternehmen bereit, die Erwartungen der jungen Menschen, sofern diese nicht mit den Unternehmenszielen unvereinbar sind, in der Ausbildung zu berücksichtigen?
🗑 Notizen
Alleinstellungsmerkmal: Womit hebt sich mein Unternehmen in punkto Ausbildung von den Mitbewerbern ab?
🗑 Notizen
Welche Vorteile und Nutzen hat ein potenzieller Bewerber, wenn er sich für den angebotenen Ausbildungsplatz bei meinem Unternehmen bewirbt?
🗑 Notizen

Frage 5: Wie sieht unser Ausbildungs-Alleinstellungsmerkmal aus?

Folgende Beispiele haben wir für Sie zusammengetragen:

Alleinstellungsmerkmal
<ul style="list-style-type: none"> • Wir bürgen für eine TOP-Ausbildung: Bei uns wirst du deinen Fähigkeiten, Neigungen und Wünschen entsprechend gefördert und gefordert. Neben einem transparenten betrieblichen Ausbildungsplan erstellen wir gemeinsam einen individuellen Entwicklungsplan für dich • Du willst es trotz eines schlechten Schulabschlusses in der Ausbildung zu etwas bringen? Bei uns bekommst du eine Chance • Wir haben neben guten Ausbildungskonditionen auch ein attraktives Produkt • Wir verfügen über die neuesten Maschinen, die in dieser Branche Einsatz finden

- Bewerbern mit Behinderung stehen bei uns alle Türen offen und werden individuell gefördert
- Schulabgängern mit Abitur bieten wir eine verkürzte Ausbildung an
- Du bist unsicher, ob du für eine Ausbildung bei uns geeignet bist? Über ein Praktikum oder eine Einstiegsqualifizierung (EQ) kannst du es herausfinden
- Unsere Auszubildenden erhalten von Beginn an die Unterstützung, die sie bei Lernschwierigkeiten in der Berufsschule oder in der betrieblichen Ausbildung benötigen
- In unserem Unternehmen herrscht eine positive Fehlerkultur, denn: Fehler sind unverzichtbar, um zu neuen Erkenntnissen zu gelangen
- Neben deinem Ausbilder steht dir ein Auszubildender aus einem höheren Ausbildungsjahr als Pate und „Ausbildungslotse“ zur Verfügung
- Bei minderjährigen Auszubildenden: Da wir uns unserer erzieherischen Pflicht bewusst sind, halten wir regelmäßigen Kontakt zu den Eltern / Erziehungsberechtigten der Auszubildenden
- Wir zeichnen uns durch eine sehr intensive Einarbeitung unserer Auszubildenden und eine kontinuierliche Begleitung ihrer Lernprozesse aus
- Wir sind auch an deinen Ausbildungsvorstellungen interessiert. Aufgaben und Lernziele diskutieren wir gemeinsam und diese fließen dann in einen abgestimmten Ausbildungs- und Entwicklungsplan ein
- Zur Gewährung der Lernzielerreichung führen wir mindestens nach jedem Ausbildungsabschnitt – auf alle Fälle aber vor Beendigung der Probezeit und des Ausbildungsverhältnisses – mit unseren Auszubildenden Feedbackgespräche
- Wir geben unseren Auszubildenden ein fundiertes und schnelles Feedback
- Wir gehen auf (kritische) Fragen ein. Dabei ist es uns besonders wichtig, dass Auszubildende verstehen, warum sie ihre Aufgaben erledigen
- Wir geben die Möglichkeit zu einem Aufenthalt im Ausland während der Ausbildung
- Wir legen Wert auf eine ganzheitliche Ausbildung und Weiterentwicklung unserer Auszubildenden: Neben einer fundierten fachlichen Ausbildung erhältst du bei uns ausreichend Gelegenheit, dich in deinen persönlichen, sozialen und methodischen Kompetenzen weiterzuentwickeln
- Du hast Interesse an besonderen Ausbildungsprojekten? Bei uns rennst du offene Türen damit ein
- Bei uns lernst du überwiegend an realen Aufgaben und Arbeitsaufträgen
- Wir bieten unseren Auszubildenden eine umfassende Prüfungsvorbereitung
- Wir beteiligen uns an dem Projekt „Ausbildungsbotschafter der IHK Trier“ – Auch du kannst deinen Beruf und unser Unternehmen als Ausbildungsbotschafter an Schulen vorstellen
- Du willst öffentlich zeigen, was du kannst? Wir sind stolz, wenn unsere Auszubildenden an regionalen, nationalen und internationalen Wettbewerben teilnehmen
- Wir unternehmen gemeinsame Freizeitaktivitäten (z. B. Beteiligung an Firmenläufen oder Fußballturnieren, besonders attraktive Betriebsausflüge und Weihnachtsfeiern etc.)
- Wir denken daran: Jeder zufriedene Mitarbeiter ist ein Multiplikator für uns
- Du bist Mama und hochmotiviert, beruflich durchzustarten? Super: wir auch mit dir
- Wir bilden für den eigenen Fachkräftenachwuchs aus: Wenn du deine Ausbildung erfolgreich beendest, besteht die Möglichkeit, in unserem Unternehmen übernommen zu werden
- Gerne werden wir gemeinsam überlegen, welche Entwicklungschancen du in unserem Betrieb hast
- Wir übernehmen deine Fahrtkosten zum Unternehmen und der Berufsschule
- Bei Bedarf unterstützen wir dich bei der Wohnungssuche und der Beantragung von Wohnungsgeld
- Wir bieten weitere Unterstützungsmöglichkeiten wie Wertmarken für Mittagessen, Übernahme von Fitnesscenterkosten, Co-Finanzierung des City-Bustickets etc. an
- Wir bieten jährlich einen Gesundheitstag an
- Wir verfügen über ein Bonussystem



Ergeben sich hieraus Handlungsfelder für mich? Welche?

Es versteht sich von selbst, dass Sie hier bei der Wahrheit bleiben müssen. Ansonsten ist der Ausbildungsabbruch vorprogrammiert. Sammeln Sie ehrliche Argumente!

Frage 6: Wie schaffen wir es, in der Öffentlichkeit als Ausbildungsunternehmen wahrgenommen zu werden?

Zunächst stellen Sie sich die Frage: Wo sind wir öffentlich sichtbar und können uns und unsere offenen Stellen bewerben?

Auch hier einige Beispiele:

Ausbildungsmarketing-Strategie
Intensivierung der Kontakte zu Schulen
<p>Kooperation mit relevanten allgemeinbildenden Schulen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Übernahme einer Patenschaft für die Jahrgangsstufe, in der die schulische Berufsorientierung beginnt• Ausbildungsbotschafter: Azubis des Unternehmens stellen Betrieb und Ausbildungsberufe vor• Persönliche Patenschaften für Schüler, die sich für eine Ausbildung im Kooperationsunternehmen interessieren (frühzeitige Bindung / Klebeeffekt)• Trauen Sie sich in den Unterricht! Wie wäre es zum Beispiel mit Mathe aus der Praxis? Und ganz nebenbei können Sie Eindruck in der Klasse hinterlassen• Generelles Angebot, als Praktikumsbetrieb zur Verfügung zu stehen• Ferien- und Aushilfsjobs für interessierte Schüler• Teilnahme an Aktionstagen wie dem bundesweiten „Girls' Day“ oder dem „Boys' Day“. Damit geben Sie Mädchen die Möglichkeit, einen Blick in eher männerorientierte Berufe zu geben und im Gegensatz dazu auch männlichen Schülern Berufsbilder aufzuzeigen, die eher von Frauen gewählt werden• Regelmäßige Anzeigenschaltung in der Schülerzeitung / Abschlusszeitung• Veröffentlichung der Ausbildungsangebote am „Schwarzen Brett der Schule“• Präsentation im Rahmen der schulinternen Berufsinformationsmesse• Beteiligung an Elternabenden, in denen es um Berufsorientierung geht• Unterstützung an besonderen Schulprojekten• Unterstützung von Klassenausflügen (finanziell oder mit Sachleistungen)• Unterstützung der Schule bei der Ausstattung ihrer Klassenräume / bei der technischen Ausstattung
 Notizen
Weitere Aktivitäten
<ul style="list-style-type: none">• Beteiligung an dem Projekt durchstarter.de der rheinland-pfälzischen IHKs• Beteiligung an der Ausbildungsmesse „Dein Tag – Deine Chance – Ausbildung jetzt“ – Eine Gemeinschaftsinitiative von IHK, HWK und Agentur für Arbeit Trier sowie des Trierischen Volksfreunds• Beteiligung an Berufsinformations- und Ausbildungsmessen anderer Akteure• Geeignetes Informationsmaterial vorhalten: attraktiver Flyer, Give aways mit ausbildungsrelevanten Hinweisen, ein von Auszubildenden gedrehter Imagefilm• Die Auszubildenden selbst: Sie sind die besten Ausbildungsbotschafter: Sie sind jung, sprechen die Sprache der Jugendlichen. Ihnen gegenüber öffnen sich die Jugendlichen schneller und trauen sich, Fragen zu stellen• Tag der offenen Tür für interessierte Auszubildende und ihre Eltern
 Notizen
Medienpräsenz
<p>Tagesaktuelle Stellenausschreibungen auf Ihrer eigenen Homepage sollten ein MUSS werden!</p> <p>Eine eigene „Ausbildungsseite“, auf der zum Beispiel</p> <ul style="list-style-type: none">• das Ausbildungsangebot attraktiv und klar beschrieben wird,• zu lesen ist, worauf sich potenzielle Auszubildende freuen dürfen


<ul style="list-style-type: none"> • Testimonials von Auszubildenden und ehemaligen Auszubildenden = Fachkräften von heute zu finden sind • ein von Auszubildenden gedrehter Ausbildungswerbefilm zu sehen ist • ein Ansprechpartner mit Kontaktdaten benannt ist <p>Zeigen Sie Präsenz in Social Media</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vergessen Sie nicht: Potenzielle Bewerber googlen ihre zukünftigen Arbeitgeber • Regionales Fernsehen nutzen <p>Regionale Medien nutzen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zielgruppe der Medien beachten • Wochenblätter und regionale Tageszeitung: Zielgruppe Eltern • Stadt- und Szenenmagazin: Zielgruppe Jugendliche
<p>🚫 Notizen</p>
<p>Netzwerk stärken durch Kontakt mit folgenden Akteuren:</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Industrie- und Handelskammer Trier • Agentur für Arbeit Trier • Regionale Arbeitskreise Schule-Wirtschaft • Berufsbildende Schule • Mitbewerber (z. B. für öffentlichkeitswirksame Ausbildungsprojekte im Verbund) • Kontakt halten zur regionalen Tageszeitung, Wochenblättern, Publikationen der Verbandsgemeindeverwaltungen, Szenenmagazinen (Online und Print)
<p>Imagepflege</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Sponsoring von Trikots einer Jugendmannschaft, die Klassenräume in Schulen renovieren, Teilnahme an Charity-Veranstaltungen, Firmenläufen etc. • Das Unternehmen bereits für Kinder aus Kindergärten oder Unterstufen öffnen • Ein Tag der offenen Tür für interessierte Auszubildende und ihre Eltern anbieten • Stellen Sie sicher, dass Sie sich an Aktivitäten beteiligen, über die die Presse (ohnehin) schon berichtet • Mund-zu-Mund-Propaganda: Mitarbeiter und Auszubildende erzählen über das Unternehmen
<p>🚫 Notizen</p>

Ergeben sich hieraus Handlungsfelder für mich? Welche?

Frage 7: Wie sieht unser Ausbildungsmarketing aus?

Wie bereits beschrieben, sollen diese Beispiele als Anregung verstanden werden, aus denen jedes Unternehmen die passenden Ideen herausgreifen und an die gegebenen Umstände anpassen kann. Ebenso muss jedem bewusst sein, dass eine Umstellung ein Prozess ist, nicht etwa eine Maßnahme, die von heute auf morgen umgesetzt wird. Sie haben nun viele Ideen, Anregungen und wichtige Aspekte an die Hand bekommen, um Ihr eigenes Ausbildungsmarketing zu konzeptionieren.

Viel Spaß beim Kombinieren der Ideen, die in Ihrem Unternehmen sinnvoll umsetzbar sind!

 Notizen

IV Bindung von Bewerbern an das Unternehmen

Oftmals liegen mehrere Wochen zwischen der Unterzeichnung des Ausbildungsvertrags und dem Ausbildungsbeginn. Eine Reihe von Jugendlichen nutzt diese Zeit, um sich noch nach anderen Ausbildungsstellen umzuschauen. Hier gilt es, den Bewerber so früh wie möglich an das Unternehmen zu binden. Hier einige Tipps dazu:

- Weihnachts- und Geburtstagsgrüße versenden
- Firmenbroschüren/-flyer oder -zeitungen zusenden
- Eventuell formale Dinge klären (Foto für den Betriebsausweis, Steuernummer, Fragen zur Krankenkasse etc.)
- Zu gemeinsamen Betriebsaktivitäten einladen, wie zum Sommer- oder Grillfest oder zu gemeinsamen Sportaktivitäten
- Per Facebook, Mail oder postalisch über Aktivitäten des Unternehmens und der Ausbildung informieren
- SMS / WhatsApp-Nachrichten regelmäßig versenden
- Countdown bis zum Ausbildungsbeginn gestalten
- Zu einer Betriebsbesichtigung einladen – auch Eltern oder Freunde mit dazu bitten
- Einladung zum Tag der offenen Tür
- Eltern zum Gespräch vor der Ausbildung einladen
- Unterstützung bei der Wohnungssuche
- Ferien- bzw. Übergangsarbeit anbieten

V Erfolgskontrolle

Welche Rekrutierungswege, Instrumente und Methoden haben zum Erfolg geführt?

Maßnahmen	Wie erfolgreich waren / sind Sie mit den eingesetzten Maßnahmen?				
	erfolgreich	Überwiegend erfolgreich	teils, teils	wenig erfolgreich	nicht erfolgreich
Praktikum					
Girls' Day / Boys' Day (Aktionstag mit Zielgruppenfokus)					
✎ Notizen					

Welche Kosten / welcher Aufwand waren mit den Kommunikationswegen verbunden?

Kosten intern	Kosten extern
<ul style="list-style-type: none"> • Erkundigen Sie sich nach Ihren internen Verrechnungssätzen, sobald Sie Dienstleistungen anderer Abteilungen (zum Beispiel Marketingabteilung etc.) in Anspruch nehmen • Prüfen Sie Möglichkeiten, inwieweit Sie interne Dienstleistungen mit Ihrer eigenen betrieblichen Ausbildung von Jugendlichen verknüpfen und erbringen können 	<ul style="list-style-type: none"> • Beantragen Sie rechtzeitig ein Budget für Maßnahmen, die externe Kosten verursachen • Holen Sie sich, soweit vom Aufwand her sinnvoll und vertretbar, mehrere Angebote ein

Maßnahme	Personalbedarf (in Tagen)	Kosten intern	Kosten extern	Bemerkungen
Notizen	Notizen	Notizen	Notizen	Notizen

Wie beurteilen Sie das Marketing insgesamt? War es erfolgreich?

Welche Punkte sind zu optimieren?

Punkte	Was soll geschehen?
🗑️ Notizen	🗑️ Notizen

VI Unterstützungsangebote der IHK Trier und der Agentur für Arbeit Trier

VI.1 IHK Trier

IHK-Ausbildungscheck

Wie attraktiv Ihr Ausbildungsbetrieb auf Schulabgänger wirkt, das kann mit dem Online-IHK-Ausbildungscheck geprüft werden. Unter www.ausbildung-check-ihk.de gibt es 52 Fragen rund um das Thema Ausbildung und Betrieb. Abgefragt werden unter anderem die Aktivitäten eines Unternehmens in Sachen Kontakt und Bindung zu Auszubildenden, Arbeitszeiten, Prüfungsvorbereitungen, Weiterbildung sowie die Zukunftsperspektiven im Unternehmen.

Der Zeitaufwand für den Ausbildungs-Check beträgt ca. 15 Minuten. Die Teilnehmer erhalten danach direkt eine individuelle Auswertung mit Stärken und Schwächen, Handlungsbedarf und Verbesserungsvorschlägen.

Die Ausbildungsberater der IHK Trier

Die Ausbildungsberater der IHK Trier sind Ihre Ansprechpartner für IHK-zugehörige Ausbildungsbetriebe und Auszubildende bzw. ihre gesetzlichen Vertreter zu allen Fragen der beruflichen Ausbildung. Sie überwachen die Durchführung der Berufsausbildung. In Konfliktsituationen sind sie unparteiischer Mittler zwischen Auszubildenden und Auszubildenden. Folgende Schwerpunktthemen umfassen ihr Beratungsprogramm:

- Fragen zu Ausbildungsverträgen
- Rechte und Pflichten der Vertragsparteien
- Gesetze, Anordnungen und Vorschriften zur Berufsausbildung
- Fachliche und persönliche Eignung des Ausbilders
- Ausbildungsberechtigungen
- Eignung von Ausbildungsstätten
- Betriebliche Ausbildungspläne, sachliche und zeitliche Gliederung
- Verlängerungen und Verkürzungen von Ausbildungsverträgen
- Mediation bei Konflikten zwischen Ausbildern und Auszubildenden

Kontakt:

Normann Burg, Telefon: (06 51) 97 77-3 20, E-Mail: burg@trier.ihk.de
Thomas Mersch, Telefon: (06 51) 97 77-3 40, E-Mail: mersch@trier.ihk.de
Jürgen Thomas, Telefon: (06 51) 97 77- 3 30, E-Mail: thomas@trier.ihk.de

Passgenaue Ausbildungsplatzvermittlung für KMU

Kleine und mittelgroße Unternehmen erhalten Unterstützung, um ihre Ausbildungsstellen passgenau zu besetzen. Hier unser komplettes Beratungs- und Serviceangebot für Unternehmen:

- Gemeinsam mit Ihnen formulieren wir - gerne auch im Rahmen eines Betriebsbesuches - das Anforderungsprofil der zu besetzenden Stelle und Ihre Anforderungen an die Auszubildenden.
- Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, Ihre freien Ausbildungsplätze kostenlos unter www.ihk-lehrstellenboerse ins Internet zu stellen.
- Wir bearbeiten die für Ihre freie(n) Lehrstelle(n) eingehenden Bewerbungsunterlagen und führen erste Vorgespräche mit den Jugendlichen.
- Auf Wunsch treffen wir eine Vorauswahl an geeigneten Bewerbern und Bewerberinnen und schlagen Ihnen diese vor.
- Im Anschluss können Sie die Jugendlichen persönlich kennen lernen und ggf. zum Probearbeiten einladen.
- Wir informieren Sie über relevante Förderprogramme und -mittel.
- Wir beraten Sie beim Abschluss eines Ausbildungsvertrages und/oder einer Einstiegsqualifizierung (EQ) mit IHK-Zertifikat.
- Wir beraten Sie bei der Einstellung von ausländischen Auszubildenden und Fachkräften.
- Bei all unseren Aktivitäten greifen wir zurück auf ein solides regionales Netzwerk (Schulen, Agentur für Arbeit, Fach- und Migrationsdienste, Kammern, Wissenschaftsallianz Trier etc).

Kontakt:

Petra Scholz, Telefon: (06 51) 97 77-3 61, E-Mail: scholz@trier.ihk.de

IHK-Lehrstellenbörse

Sie wollen als Unternehmen Ihre Ausbildungsangebote einfach und effizient bundesweit bewerben? Die bundesweite Lehrstellenbörse der Industrie- und Handelskammern bietet Tausende von Ausbildungschancen, aber auch wertvolle Infos rund um Berufswahl oder Bewerbung: Unter www.ihk-lehrstellenboerse.de sind ständig um die 40.000 offene Ausbildungsplätze und duale Studiengänge gelistet, die gezielt nach Regionen oder auch im ganzen Bundesgebiet recherchiert werden können. Auf der dazugehörigen Instagram- oder Facebook-Seite erhalten Jugendliche Informationen und Tipps rund um das Thema Ausbildung.

Kontakt:

Petra Scholz, Telefon: (06 51) 97 77-3 61, E-Mail: scholz@trier.ihk.de

Durchstarter.de – Karriere powered by IHK

So lautet die Initiative, mit der die rheinland-pfälzischen Industrie- und Handelskammern Schüler auf dem Weg in den Beruf begleiten und ihnen gleichzeitig die Chancen einer dualen Ausbildung aufzeigen wollen. Dabei setzen wir auf Sie, denn: Wer könnte ihnen die Vielfalt der Ausbildungsberufe und -möglichkeiten besser nahe bringen als sie. Gleichzeitig haben Sie Gelegenheit Ihr Unternehmen als Ausbildungsbetrieb zu präsentieren. Ihre Azubis können dort bloggen und potenziellen Bewerbern Einblicke in ihren Berufsalltag geben, von ihrem Unternehmen erzählen und ihren Beruf vorstellen. Wenn auch Sie dabei sein wollen, dann zögern Sie nicht Kontakt mit uns aufzunehmen.

Kontakt:

Alexander Oster, Telefon: (06 51) 97 77-3 63, E-Mail: oster@trier.ihk.de

Ausbildungsbotschafter

Vielfach existieren auf Seiten der Schülerinnen und Schüler Kontaktängste und Unsicherheit bei der Ansprache von Unternehmen oder auch falsche Vorstellungen über die Berufsausbildung. Manche Fragen lassen sich einfach leichter mit einem Gleichaltrigen besprechen als mit Lehrkräften oder Ausbildungsleiter/innen. Um Schülerinnen und Schülern die ausgezeichneten Perspektiven einer dualen beruflichen Ausbildung vorzustellen, wurde die Initiative Ausbildungsbotschafter gestartet. Auszubildende werben in allgemeinbildenden Schulen für die duale Ausbildung. Bei ihrem Engagement in den Schulen geben diese Ausbildungsbotschafter/innen direkte und authentische Einblicke in interessante Ausbildungsberufe. Der Kontakt zum wirklichen Arbeitsleben baut bei den Schülerinnen und Schülern Unsicherheiten ab und schafft Motivation und Lernbereitschaft. Das wiederum eröffnet neue Möglichkeiten auf eine berufliche Perspektive.

Kontakt:

Alexander Oster, Telefon: (06 51) 97 77-3 63, E-Mail: oster@trier.ihk.de

Starke Partner – Unternehmen und Schulen kooperieren: Bildungs- und Lernpartnerschaften in der Region Trier

Eine Bildungs- und Lernpartnerschaft ist für Sie die Möglichkeit, eine langfristig angelegte Kooperation mit einer Schule einzugehen und sich so als Ausbildungsbetrieb kontinuierlich ins Spiel zu bringen. Dies kann geschehen, indem sie:

Teile des Berufsorientierungsunterrichts gemeinsam mit der Schule gestalten,
ihr ökonomisches Wissen in den Unterricht einbringen,
den Mathematikunterricht mit Aufgaben aus dem Arbeitsleben bereichern,
sich an Berufsorientierungsmessen Ihrer Partnerschule beteiligen,
Schüler und Eltern zu Betriebserkundungen einladen etc.

Kontakt:

Alexander Oster, Telefon: (06 51) 97 77-3 63, E-Mail: oster@trier.ihk.de

IHK-Ausbildungsatlas

Um ihre Ausbildungsbetriebe bei der Suche nach geeigneten Nachwuchskräften zu unterstützen, gibt die IHK Trier jährlich ihren Ausbildungsatlas heraus. Herzstück dieser Broschüre ist eine Übersicht über alle IHK-zugehörigen Ausbildungsunternehmen sowie Steckbriefe zu den IHK-Berufen, die in der Region Trier ausgebildet werden. Die Broschüre wird allen Schulen in der Region kostenlos zur Verfügung gestellt und dort zum Beispiel im Berufsorientierungsunterricht eingesetzt oder an Eltern verteilt.

Kontakt:

Jana Rommelfanger, Telefon: (06 51) 97 77-3 02, E-Mail: rommelfanger@trier.ihk.de

Dein Tag, Deine Chance – Ausbildung jetzt!

Die Ausbildungsmesse „Dein Tag, Deine Chance – Ausbildung jetzt!“ ist eine Gemeinschaftsaktion von IHK Trier, HWK Trier, der Agentur für Arbeit Trier und dem Trierischen Volksfreund. Sie findet in der Regel zweimal im Jahr statt: einmal in Trier (Tagungszentrum der IHK Trier) und einmal an wechselnden Standorten in der Region. Die Messe bietet Unternehmen die Gelegenheit, sich als attraktive Ausbildungsbetriebe vorzustellen. Höhepunkt ist ein Speed-Dating, in dem sich Unternehmen und Bewerber in Kurzgesprächen kennenlernen können. Eine Reihe von Unternehmen hat in der Vergangenheit bereits Auszubildende mit Hilfe des Speed-Datings finden können.

Kontakt:

Jana Rommelfanger, Telefon: (06 51) 97 77-3 02, E-Mail: rommelfanger@trier.ihk.de
Ulrich Schneider, Telefon: (06 51) 97 77-3 01, E-Mail: schneider@trier.ihk.de

Initiative VerA beim Senior Experten Service (SES)

Die Initiative VerA beim Senior Experten Service (SES) ist ein kostenloses Angebot, bei dem jedem Jugendlichen ein persönlicher Ausbildungsbegleiter zur Seite gestellt wird. Unterstützung wird zum Beispiel angeboten bei Überforderung in der Berufsschule, Prüfungsangst, Schwierigkeiten mit Deutschkenntnissen, Konflikten im Betrieb, Gedanken an Ausbildungsabbruch. Ansprechpartner in der Region Trier ist die Industrie- und Handelskammer Trier.

Kontakt:

Petra Scholz, Telefon: (06 51) 97 77-3 61, E-Mail: scholz@trier.ihk.de

VI.2 Agentur für Arbeit

Einstiegsqualifizierung (EQ)

Die Einstiegsqualifizierung (EQ) ist ein Angebot für Jugendliche, die keinen Ausbildungsplatz finden. Man kann das EQ mit einem Praktikum vergleichen, nur dass es klare gesetzliche Regelungen gibt. Im EQ ist zum Beispiel eine Vergütung gesetzlich vorgeschrieben. Auch die mögliche Dauer der EQ ist gesetzlich festgelegt. Auch besteht die Pflicht, den EQ-Praktikanten anhand eines „Mini-Ausbildungsplans“ zu qualifizieren und auf die Ausbildung vorzubereiten.

Mit einer EQ haben Betriebe die Möglichkeit, potenzielle Bewerber über einen längeren Zeitraum (mindestens sechs Monate, maximal zwölf Monate) kennenzulernen und an das Unternehmen zu binden. Rund 70 Prozent aller EQ's münden in ein Ausbildungsverhältnis.

Auskünfte zu Fördermöglichkeiten erteilt die Agentur für Arbeit; Unterstützung bei der Erstellung eines Qualifizierungsplans finden Sie bei der IHK Trier.

Kontakt IHK Trier:

Thomas Mersch, Telefon: (06 51) 97 77-3 40, E-Mail: mersch@trier.ihk.de
Petra Scholz, Telefon: (06 51) 97 77-3 61, E-Mail: scholz@trier.ihk.de

Ausbildungsbegleitende Hilfen (abH)

Dabei handelt es sich um eine kostenlose Stützmaßnahme der Berufsberatung der Agentur für Arbeit für Auszubildende, die Hilfe beim Erwerb von fachtheoretischen oder praktischen Fertigkeiten, Kenntnissen oder Fähigkeiten benötigen. Ansprechpartner ist die Agentur für Arbeit.

Nachwuchskräfte sichern mit der assistierten Ausbildung (ASA)

Jugendliche mit schlechten Zeugnissen oder ohne Schulabschluss haben es oft schwer, eine Ausbildung zu finden. Doch nicht immer spiegeln sich Kompetenzen in Noten wieder. Geben Sie diesen jungen Menschen eine Chance – die Agentur für Arbeit unterstützt Sie dabei.

Mit der assistierten Ausbildung wird Ihr Betrieb vor oder während der Ausbildung intensiv begleitet. Sowohl das Unternehmen als auch der Azubi erhalten Unterstützung – individuell an die jeweiligen Bedürfnisse angepasst.

Der Betrieb bekommt beispielsweise Hilfe bei:

- Verwaltung, Organisation und Durchführung der Ausbildung
- Stabilisierung des Ausbildungsverhältnisses (auch durch Begleitung im Betriebsalltag)
- Kann diese Hilfe auch für bestehende gefährdete Ausbildungsverhältnisse anfragen

Der Auszubildende erhält Unterstützung durch:

- Wissensvermittlung in Allgemeinbildung oder in Fachtheorie
- Sprachunterricht
- Hilfe bei Problemen im sozialen Umfeld

Kontakt:

Arbeitgeberservice bei der Agentur für Arbeit, Telefon: (08 00) 4 55 55 20 (gebührenfrei)

Quellennachweis

Modellversuche des Bundesinstituts für Berufliche Bildung (BIBB) zur Qualitätsentwicklung und -sicherung in der beruflichen Bildung

Ergebnisse der Bewerberbefragung des Bundesinstituts für Berufliche Bildung (BIBB) aus dem Jahr 2016

<https://www.rkw-kompetenzzentrum.de/fachkraeftesicherung/fachkraefteblog/ausbildung-lohnt-sich-ausbildungsmarketing-auch/>

<https://www.arbeitsagentur.de/unternehmen/ausbildungsbetrieb/assistierte-ausbildung-arbeitgeber>

Impressum

Herausgeber: Industrie- und Handelskammer Trier

Verantwortlich: Dr. Jan Glockauer

Hauptgeschäftsführer

Redaktion:

Alexandra Lossjew, Ausbildungcoaching Alexandra Lossjew

Stefanie Barth, Teamleiterin Bildungsprojekte, IHK Trier

Ansprechpartner:

Alexander Oster, Geschäftsbereich Aus- und Weiterbildung, IHK Trier

Telefon: (06 51) 97 77-3 63

E-Mail: oster@trier.ihk.de

Im Februar 2019