



Auszubildende gewinnen

Praxistipps aus dem lernreich.bihk.de

Der Mix macht's

Insbesondere kleine und mittlere Unternehmen haben zunehmend Probleme, ihre Ausbildungsplätze zu besetzen und auf diesem bewährten Weg den Fachkräftenachschub zu sichern. Doch im Wettbewerb um geeignete Kandidatinnen und Kandidaten gibt es Handlungsoptionen, die – und so sieht es auch die Politik – einem Leitsatz folgen:

Die Attraktivität der dualen Berufsausbildung muss sichtbarer werden.

Damit das gelingt, sind mehrere Felder in den Blick zu nehmen und zu einem für jedes Unternehmen individuellen Konzept zu verknüpfen:

- Recruiting: Potenzielle Auszubildende gezielt ansprechen und gewinnen.
- Qualität: Die Organisation und Mehrwerte der Ausbildung im Betrieb weiterentwickeln.
- Individualität: Die persönliche Beziehung, Führung und Bindung zwischen Unternehmen und Auszubildenden bewusst steuern.

Im Folgenden finden Sie einige Praxistipps für das Recruiting und selbstverständlich gilt auch hier: Der Mix macht's!

EXPERTENTIPP

„Demographischer Wandel und Digitalisierung – beide Megatrends wirken sich enorm auf die Ausbildung aus. Die Unternehmensleitung und die Ausbilderinnen und Ausbilder sollten gemeinsam ein Konzept schaffen, um ihre Ausbildung zu etwas Besonderem zu machen: jugendgerecht, modern und unter Einbeziehung der digitalen Möglichkeiten für die Kommunikation und Qualifizierung.“

Rainer Kissing,
Leiter Berufliche Bildung
IHK zu Coburg

Recruiting von Azubis: Ideen – Impulse – Maßnahmen

EVENTS – sichtbar und offen für persönliche Gespräche

- Bieten Sie einen **Tag der offenen Tür**, vielleicht auch mit der Möglichkeit einer Betriebsbesichtigung: Überlegen Sie hierfür schon im Voraus, wie Sie Ihre Gäste auf Ihre Angebote für Schülerpraktika oder Ausbildungsplätze aufmerksam machen können.
- Sind Sie auf regionalen **Jobmessen** aktiv? Es gibt immer mehr Talentmessen, die sich zum Teil auch speziell an Auszubildende richten (z. B. die Messe „Berufsbildung“ im Raum Nürnberg) – präsentieren Sie sich dort mit einem pfeifigen Stand und möglichst jungen Menschen, um möglichst viel Augenhöhe herzustellen.
- Haben Sie schon einmal über **Recruiting-„Events“** nachgedacht? Barcamps, Hüttenwanderungen, Ideen-Tage und ähnliche Veranstaltungen ziehen neugierige Jugendliche an, geben Ihnen Gelegenheit, den potenziellen Nachwuchs informell „unter die Lupe“ zu nehmen und bieten den jungen Menschen Gelegenheit, mit Ihnen persönlich ins Gespräch zu kommen.



Betriebsbesichtigung: Machen Sie die Ausbildung in Ihrem Unternehmen erlebbar.



IHK
Industrie- und Handelskammern
in Bayern

Auszubildende gewinnen

SOCIAL-MEDIA – WERBUNG – PR: bespielen Sie mehrere Kanäle

- **Gezielt und adressatengerecht kommunizieren:** Stellenanzeigen in klassischen Tageszeitungen erreichen eher die Eltern als die Jugendlichen, es zählt Seriosität. Sprechen Sie potenzielle Auszubildende hingegen z. B. mit einer Anzeige im regionalen Veranstaltungsmagazin direkt an, sollten Text und Gestaltung auch wirklich für Jugendliche gemacht sein. Beide Zielgruppen sind wichtig! Sie erfordern aber jeweils ihre eigene Art der Ansprache.
- **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit** funktioniert auch auf regionaler Ebene. Laden Sie die regionale Presse zu einem Unternehmensfrühstück ein und stellen Sie ihr die Ausbildung in Ihrem Unternehmen vor. Sie engagieren sich für die Integration von Geflüchteten oder nehmen an einem besonderen Projekt für Jugendliche teil? Es gibt viele Themen, die das Potenzial haben, auf Sie als Arbeitgeber und Ausbildungsbetrieb aufmerksam zu machen.
- Auch Ihre **Firmenfahrzeuge** sind Werbeträger für Ihre Ausbildungsangebote. Mit einer guten Werbeidee erreichen Sie potenzielle Auszubildende und deren Eltern in der Region.
- Wie steht es um Ihren **Internetauftritt**? Gibt es hier einen für zukünftige Auszubildende informativen und ansprechenden Bereich? Vielleicht sprechen Sie Interessenten auf Ihrer Seite mit einem „Imagevideo“ an, in dem Sie Ihr Unternehmen, den oder die Ausbilder bzw. Ausbilderinnen, den Ablauf der Bewerbung und eventuelle besondere Vorteile, die Sie bieten, vorstellen.
- Nutzen Sie die bei Schülerinnen und Schülern beliebten Kanäle im Bereich **Social Media**, zum Beispiel Instagram, SnapChat, TikTok oder YouTube. Fragen Sie ggf. einfach Ihre aktuellen Auszubildenden, welche Social-Media-Kanäle sie nutzen und beziehen Sie sie in die Erstellung der Contents mit ein, zum Beispiel bei der Erstellung von Fotos, Kurzvideos, witzigen Teaserkarten oder der Realisierung eines eigenen Azubi-Blogs.
- Bitte nicht vergessen: **Melden Sie Ihre offenen Stellen** der Bundesagentur für Arbeit und den einschlägigen Job-, Karriere- und Ausbildungsplatzbörsen.

MULTIPLIKATOREN – Lassen Sie andere für sich sprechen

- **Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter** sind wichtige Multiplikatoren für Ihr Unternehmen als Arbeitgeber und Ausbildungsbetrieb. Beziehen Sie sie bewusst in die Suche nach neuen Auszubildenden mit ein, informieren Sie über Besonderheiten der Ausbildung und spezielle Events.
- Nutzen Sie Ihre bestehenden **Auszubildenden** als Fürsprecher. Immer öfter bieten Unternehmen sogar „Vermittlungsprämien“ im Sinne eines „Mitarbeiter/Auszubildende werben Auszubildende“.
- Beteiligen Sie sich oder veranstalten Sie selbst **Eltern-Informationsabende**, bei denen Sie über die Qualität Ihrer Ausbildungsangebote und Karrieremöglichkeiten im Unternehmen informieren.
- Bauen Sie Schritt für Schritt Kontakte zu relevanten **Schulen** in der Umgebung auf, zum Beispiel über die IHK-Projekte
 - IHK AusbildungsScouts [ihk-ausbildungsscouts.de](https://www.ihk-ausbildungsscouts.de)
 - IHK Initiative Bildungspartnerschaften, vgl. PRAXISINTERVIEW, rechts
- Beziehen Sie auch die **Hochschulen** Ihrer Region ein. An (virtuellen oder analogen) schwarzen Brettern können Sie spannende Ausbildungs- oder Stellenangebote für Studienzweifler platzieren.

Ganzheitlich denken: Zufriedene Auszubildende und Mitarbeiter, die sich in Ihrem Unternehmen weiterentwickeln wollen, sind Ihre wertvollsten Multiplikatoren. Denken Sie „ganzheitlich“ und entwickeln Sie Ihr Konzept von der Ansprache Jugendlicher über die Optimierung der Ausbildungsqualität bis zur langfristigen Bindung Ihrer Fach- und Führungskräfte. **Ausbildung sichert Zukunft!**



Aktivieren Sie Ihre Auszubildenden bei der Contenterstellung für Social-Media.

PRAXISINTERVIEW

Sie möchten weitere Ideen und Impulse? Lesen Sie auf lernreich.bihk.de das Praxisinterview:
„Bildungspartnerschaft, so machen wir das und das bringt es uns.“

Interview mit der Koordinatorin Ausbildung und Leiterin des Betrieblichen Gesundheitsmanagements bei der Langmatz GmbH, Garmisch-Partenkirchen

lernreich.bihk.de

Die bayerischen IHKs bieten mit lernreich.bihk.de eine gemeinsame Plattform für Informationen, Impulse und Initiativen rund um die Praxis der beruflichen Bildung: für Personalverantwortliche, Ausbilder und alle Akteure der Aus- und Weiterbildung.

Schauen Sie doch öfter mal vorbei und nutzen Sie unseren praktischen Newsletter.

Impressum

Verleger und Herausgeber: Bayerischer Industrie- und Handelskammertag (BIHK) e.V., Vorstand: Dr. Eberhard Sasse und Dr. Manfred Göbl, Max-Joseph-Straße 2, 80333 München, +49 (0)89-5116-0, info@bihk.de, [bihk.de](https://www.bihk.de); Redaktion und Gestaltung: die Infomacher, Karlsruhe; Bildnachweis: S. 1 oben [iStockphoto.com/mediaphotos](https://www.iStockphoto.com/mediaphotos), S. 1 unten [iStockphoto.com/izusek](https://www.iStockphoto.com/izusek), S. 2 [iStockphoto.com/DaisyDaisy](https://www.iStockphoto.com/DaisyDaisy); Alle Rechte liegen beim Herausgeber. Ein Nachdruck – auch auszugsweise – ist nur mit ausdrücklicher schriftlicher Genehmigung des Herausgebers gestattet. Stand: Mai 2020