

WAS HABEN DIE, WAS WIR NICHT HABEN?

How to: Azubimarketing

Online-Workshop am 20.Oktober 2021

Was wir heute vorhaben

- I. Wieso eigentlich Ausbildungsmarketing?
- II. Die Generation Z – ein kurzer Überblick
- III. Wo beginnt Ausbildungsmarketing?
- IV. Wo verlieren Betriebe potenzielle Bewerber*innen?
- V. Grundpfeiler einer attraktiven Ausbildung
- VI. Maßnahmen der Nachwuchsgewinnung

AUSBILDUNGSMARKETING BEST PRACTICE

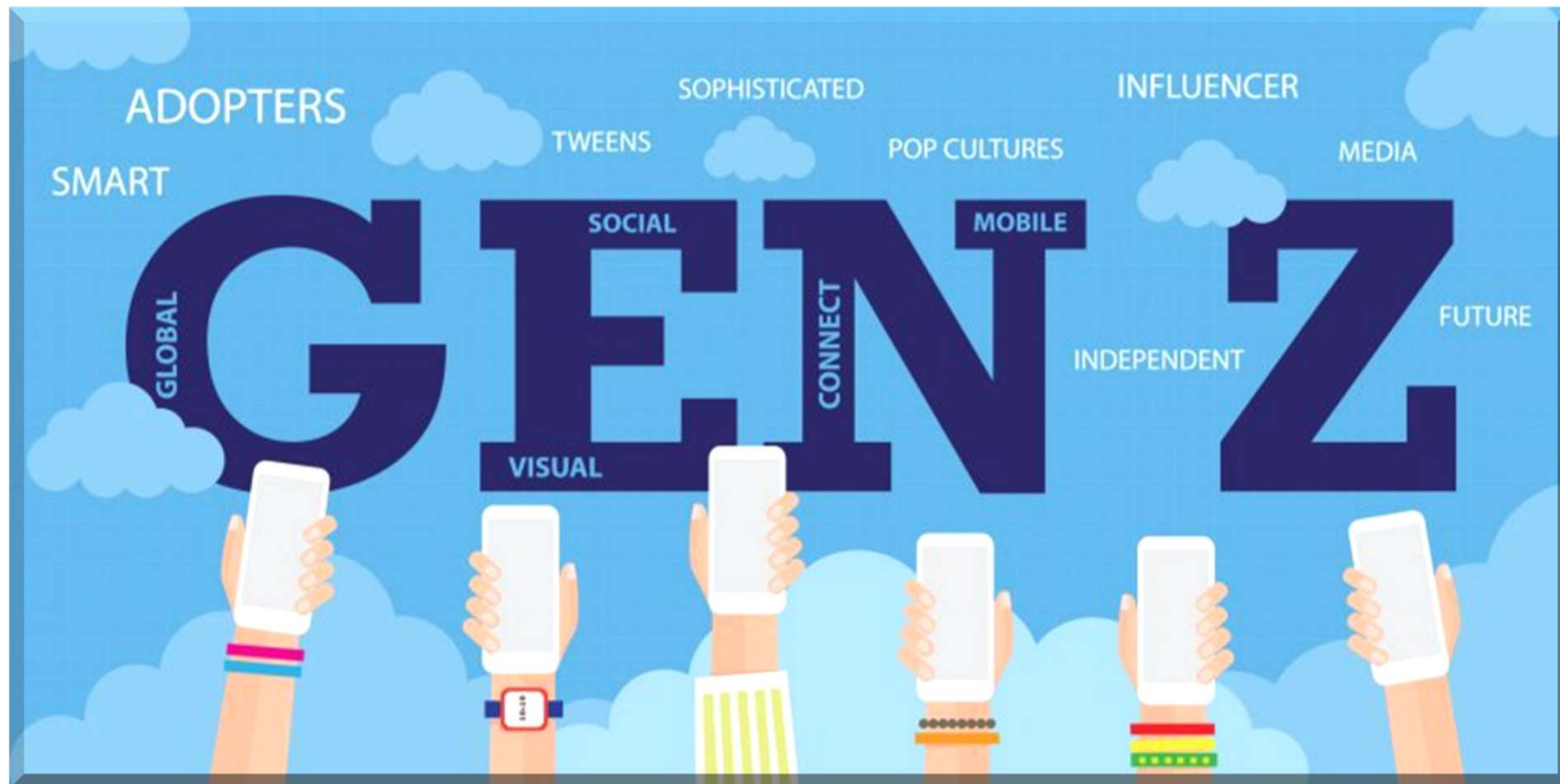
Fliesenleger (m/w/d) im Landkreis Harburg gesucht[Weitere Infos](#)

Fliesen Bauer GmbH
10. September · 
Wir drehen den Spieß um- Wir bewerben uns bei dir! 
Wir suchen einen Fliesenleger (m/w/d) für unseren Standort in Seevetal.
Du bekommst  ... **Mehr ansehen**

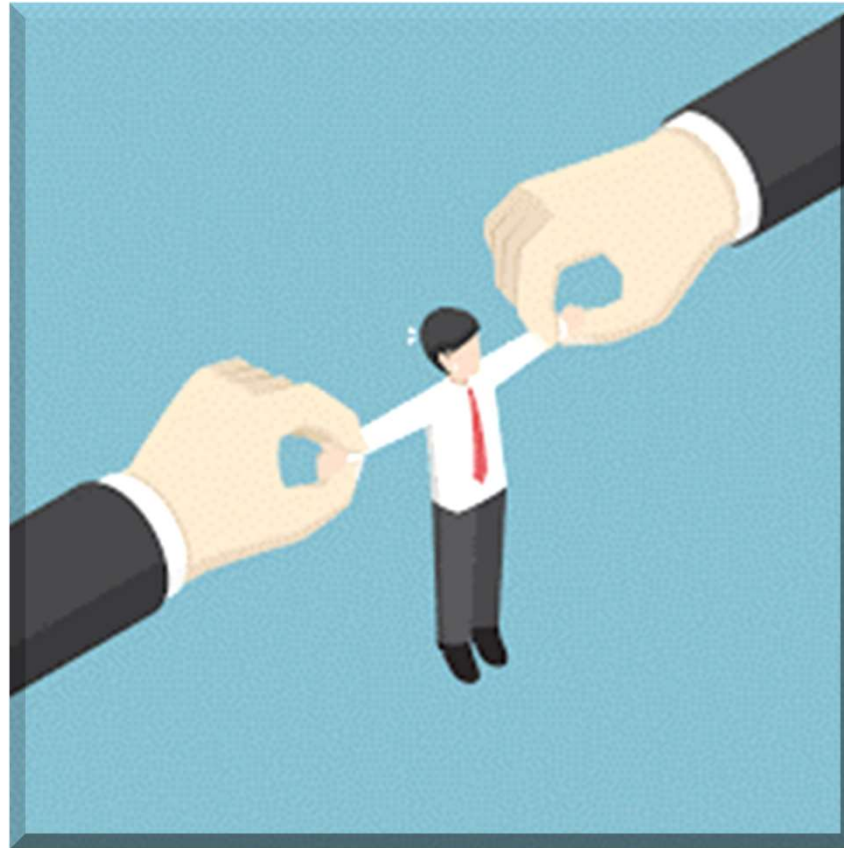
 61 Mal geteilt

 **Gefällt mir**  **Kommentieren**  **Teilen**

DIE GEN Z



WAR OF TALENTS



DEFINITION AUSBILDUNGSMARKETING

„Das Ausbildungsmarketing, auch Azubi-Recruiting genannt, ist ein Teil des Employer Branding. Es beschäftigt sich ebenso wie das Personalmarketing mit der Gewinnung von Personal, Zielgruppe des Ausbildungsmarketings sind Schüler und Jugendliche.“

Quelle: <https://raven51.de/wiki/ausbildungsmarketing/>

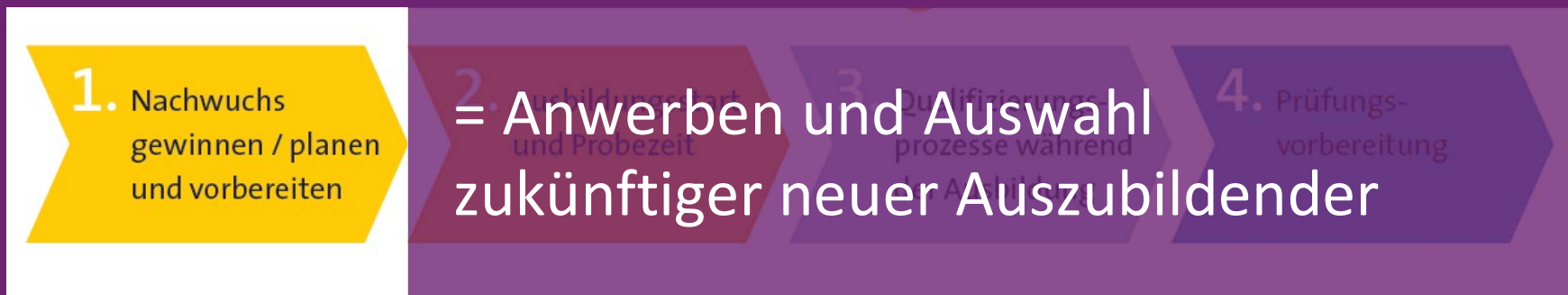
WO BEGINNT AUSBILDUNGSMARKETING EIGENTLICH?

VIER PHASEN IN DER AUSBILDUNG



WO BEGINNT AUSBILDUNGSMARKETING EIGENTLICH?

VIER PHASEN IN DER AUSBILDUNG



KERNFRAGEN DES AUSBILDUNGSMARKETINGS

VIER PHASEN IN DER AUSBILDUNG



1. Nachwuchs
gewinnen / planen
und vorbereiten

1. Welche Auszubildenden suchen Sie?
2. Was kann ich als Betrieb den Auszubildenden bieten?
3. Wie kommuniziere ich mein Angebot und Wo?
4. Wie erreiche ich die Auszubildenden, die ich Suche?
5. Stimmen meine Kommunikationskanäle mit denen meiner Zielgruppe überein?

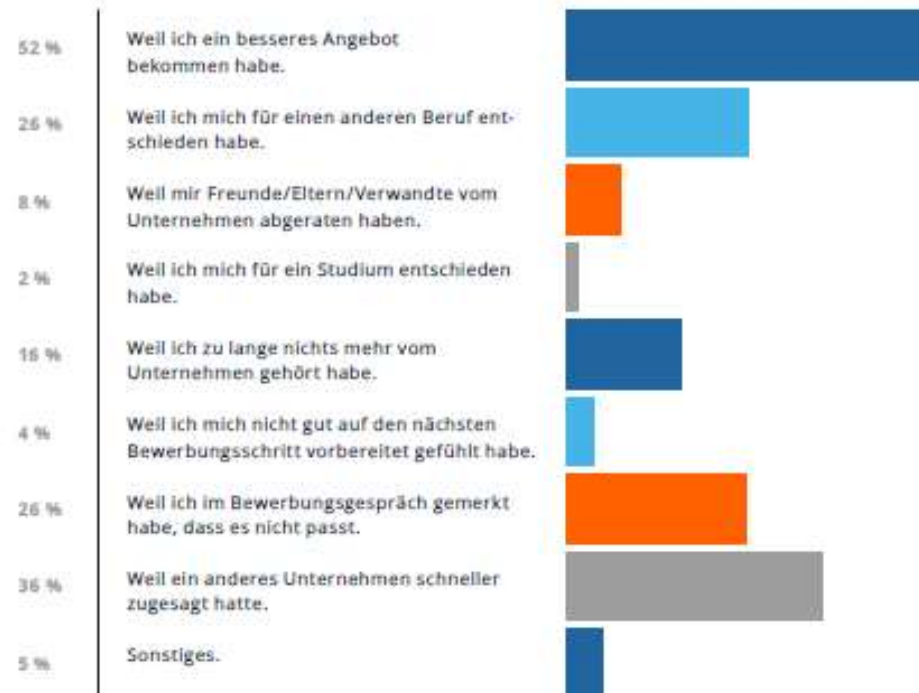
BREAK-OUT SESSION 1

Beantworten Sie die gerade formulierten **Kernfragen** gemeinsam in der Gruppe. Halten Sie Ihre Antworten auf dem Word-Dokument fest.
Sie haben dafür gemeinsam 25 Minuten Zeit.



WO BETRIEBE BEWERBER*INNEN VERLIEREN

Grafik 32 | Warum Ausbildungssuchende einen Bewerbungsprozess abgebrochen haben:

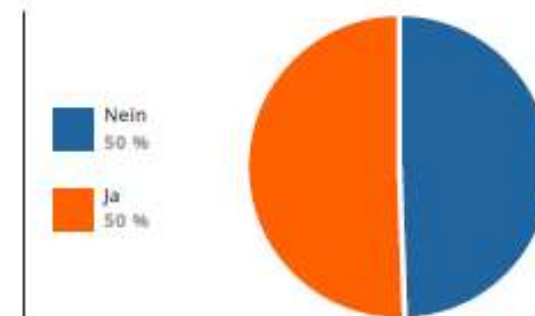


WO BETRIEBE BEWERBER*INNEN VERLIEREN

Grafik 33 | Ob Auszubildende bei ihrer Ausbildungssuche ein Bewerbungs-Formular online ausgefüllt und diesen Prozess abgebrochen haben:



Grafik 34 | Ob Auszubildende außerhalb ihrer Heimatregion nach ihrer Ausbildung gesucht haben:



GRUNDPFEILER EINER ATTRAKTIVEN AUSBILDUNG



INTERESSANTE ZIELGRUPPEN

Teilnehmende FSJ'ler

Studienabrecher*innen

Menschen mit unterschiedlichen
Sprachniveaus

Teilnehmende Berufsvorbereitung

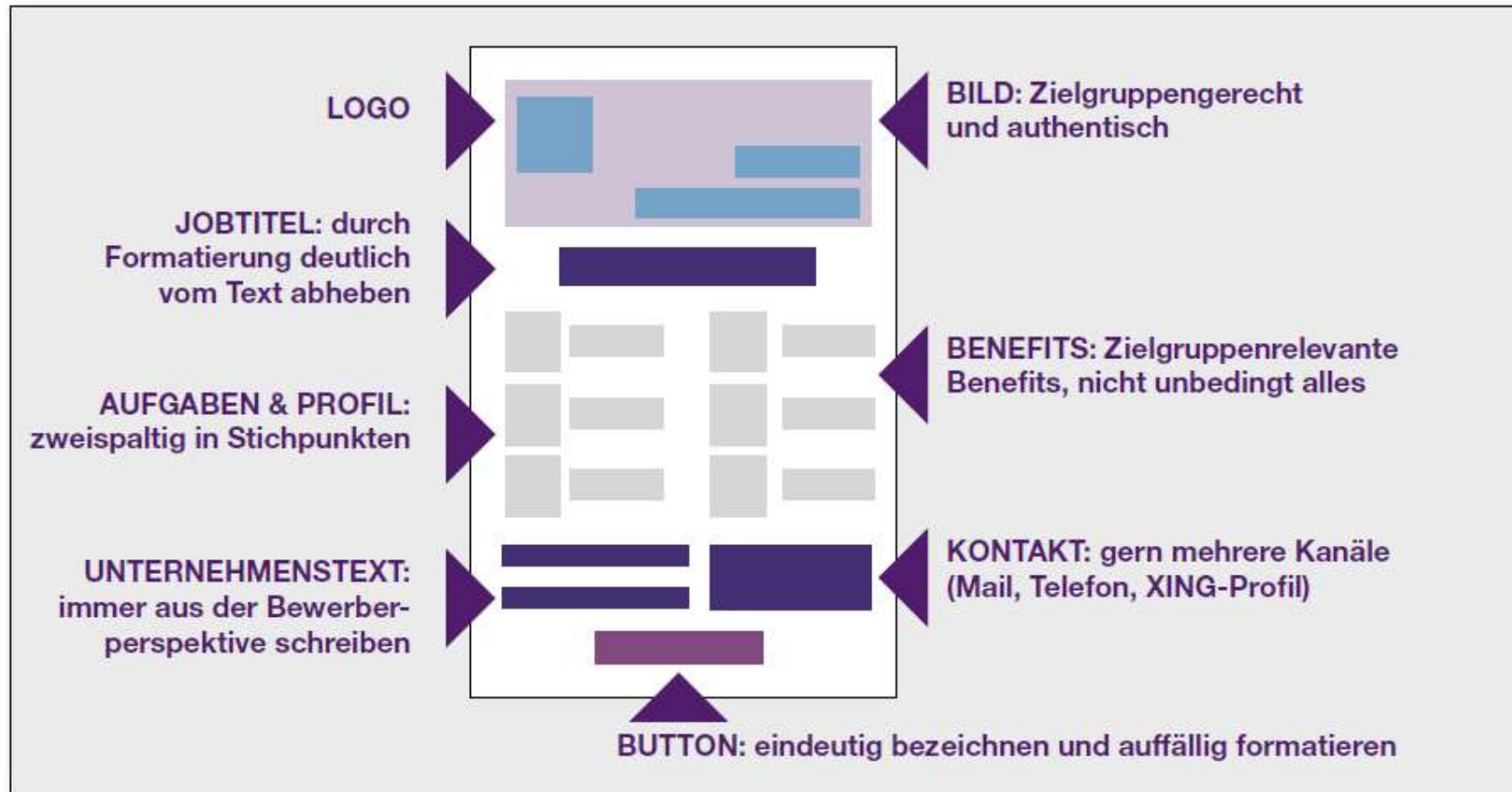
AUSBILDUNGSPLATZ FINDEN



STELLENPORTALE FÜR AUSBILDUNGSPLÄTZE

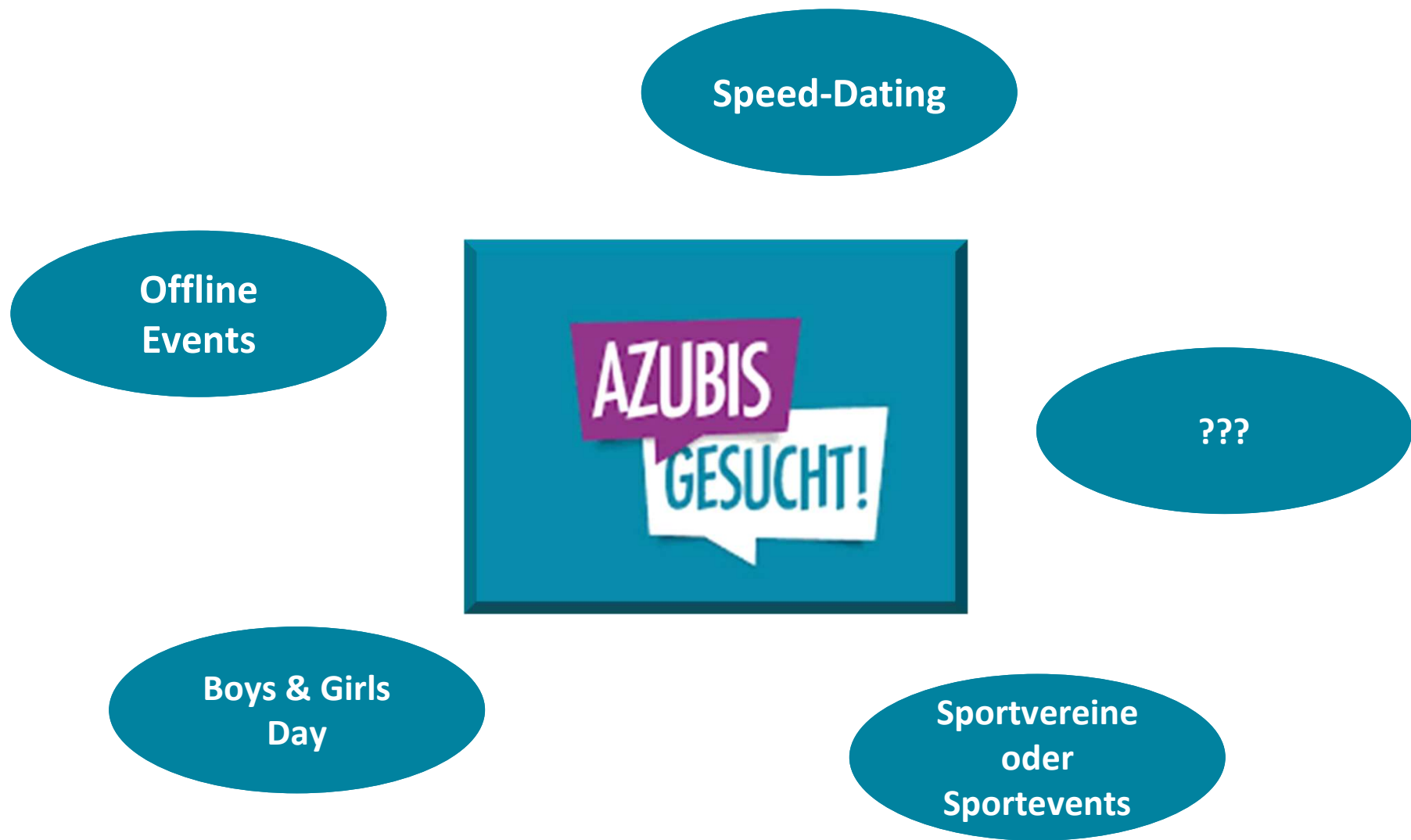


STELLENANZEIGEN



Quelle: Whitepaper „Der Weg zur optimalen Stellenanzeige“, Wollmilchsau

KLASSISCHE MAßNAHMEN DER NACHWUCHSGEWINNUNG



PRAKITKUM



PRAKTIKUM



SCHULKOOPERATIONEN



Schülerinnen und Schüler für
die Pflege begeistern

Die Fachkräfteinitiative
der contec GmbH

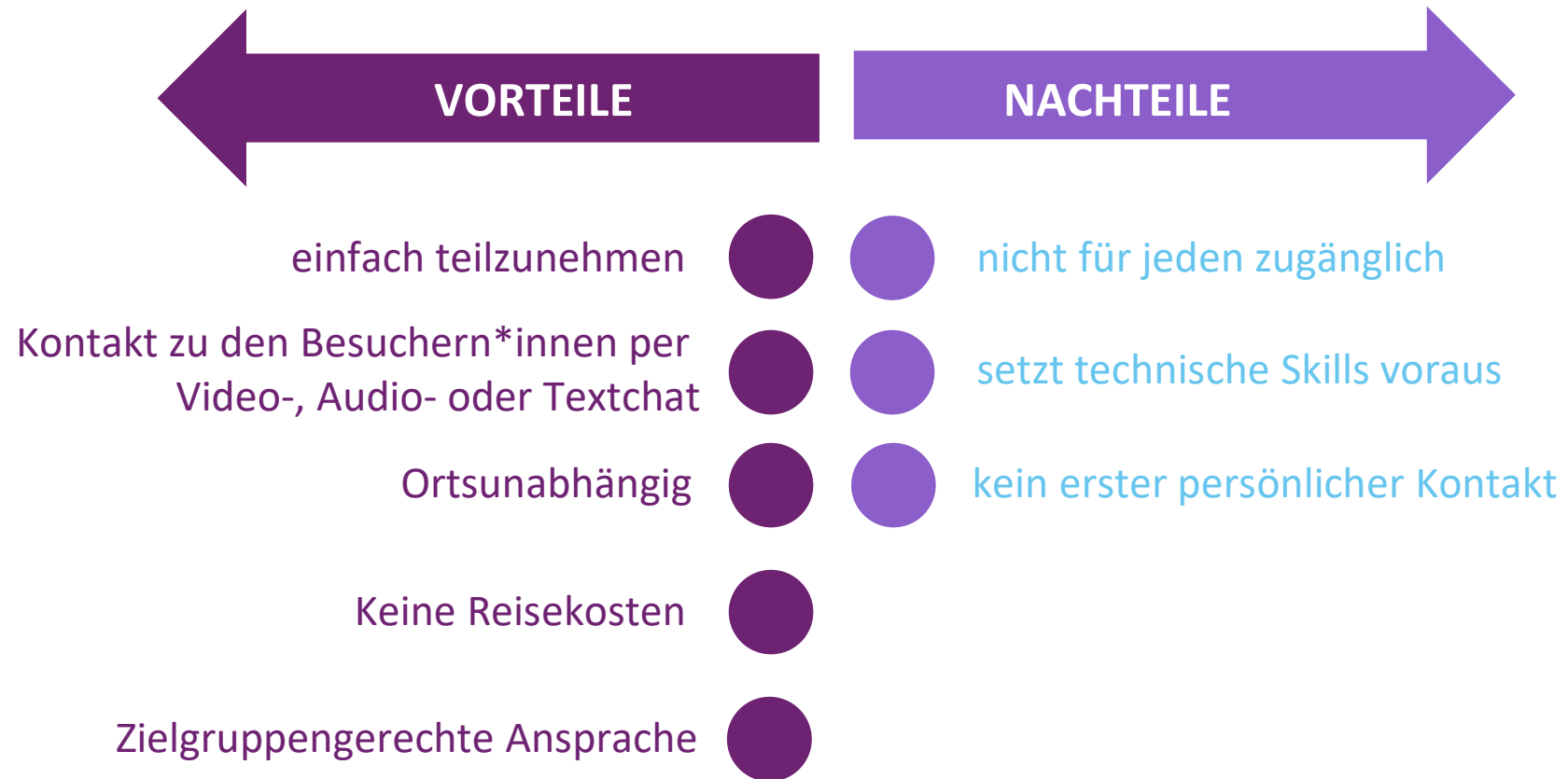
SCHULKOOPERATION



VIRTUELLE MESSEN



VIRTUELLE MESSEN



BEST PRACTICE



BREAK-OUT SESSION 2

Welche Ideen ergeben sich aus dem gerade gesehenen Video für Sie bezogen auf ihre zukünftige Nachwuchsgewinnung?
Sie haben dafür gemeinsam 15 Minuten Zeit.

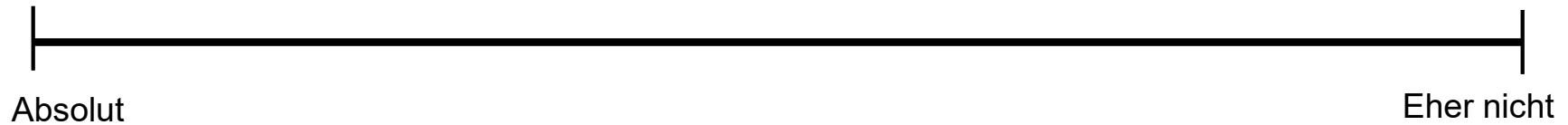


Feedback

Wir freuen uns über Ihr Feedback im Chat, wie es Ihnen gefallen hat.

Feedback

Ich hab heute viele neue Erkenntnisse und Impulse mitnehmen können



Der Austausch mit den anderen Teilnehmer*innen war sehr bereichernd für mich!



Personal im Fokus – Workshop-Programm

Alle Veranstaltungen und Anmeldung unter
www.diakoniehamburg.de/personal-im-fokus

Nächste Veranstaltung: [Online-Workshop: Wer sucht der*die findet.](#)

Save the Date: [Fachtag Social Media am 28. Oktober 2021!](#)

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Das Projekt „Personal im Fokus“ wird im Rahmen des Programms „rückenwind+“ durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und den Europäischen Sozialfonds gefördert.