



Ausbildungsmarketing für KMU

Ein Ratgeber des JOBSTARTER plus-Projekts
KUKUDI – Kunststoff.KMU.Umbruch.Digitalisierung



Gefördert als JOBSTARTER plus-Projekt aus Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung und des Europäischen Sozialfonds.

Wieso eigentlich Ausbildungsmarketing?

Der dramatische Nachwuchs- und Fachkräftemangel hat die kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) der Kunststoffbranche in Mittelfranken erreicht. Die Tage, in denen auch ländliche Betriebe eine Flut von Bewerbungen zu bewältigen hatten und ihre Auszubildenden entsprechend auswählen konnten, sind lange vorbei.

Zur Sicherung der eigenen Zukunft müssen sich daher gerade KMU darüber Gedanken machen, wie sie auf diese Herausforderung mit neuen Konzepten und innovativen Ideen reagieren. Eine zentrale Rolle spielt dabei das Ausbildungsmarketing. Dabei handelt es sich um alle Aktivitäten eines Unternehmens, die dazu beitragen, die angebotenen Ausbildungsplätze mit geeignetem Nachwuchs zu besetzen.

KUKUDI möchte Ihnen mit diesem kleinen Ratgeber ein paar Anregungen an die Hand geben, wie Sie auch in Zukunft die Nachwuchskräfte gewinnen können, die Sie benötigen.

Unser Auftrag ist es, Sie individuell bei der Umsetzung von Aktivitäten des Ausbildungsmarketings zu unterstützen. Sprechen Sie uns daher gerne an! Als kleiner und mittlerer Kunststoffbetrieb der Region Mittelfranken unterstützen wir Sie mit Rat und Tat.

Herausforderungen

Kennen Sie das? Trotz Vertragsabschluss treten rund 10 Prozent der Auszubildenden die Lehre nicht an; rund ein Viertel erscheint nicht zum Bewerbungsgespräch. Immer mehr KMU erhalten gar keine Bewerbungen mehr auf eine ausgeschriebene Lehrstelle.

Selbst wenn Bewerbungen eingehen, haben Schulabgänger*innen manchmal falsche Vorstellungen oder bringen nur unzureichende Voraussetzungen mit. Immer mehr Ausbildungsverhältnisse werden vorzeitig abgebrochen oder müssen durch das Unternehmen beendet werden.

Aufgabe Ihres systematischen Ausbildungsmarketings muss es daher sein:

- die Aufmerksamkeit bei potenziellen Bewerber*innen zu wecken
- ausreichend Bewerber*innen anzusprechen
- geeignete Bewerber*innen frühzeitig ans Unternehmen zu binden

Bevor Sie loslegen...

Definieren Sie ein konkretes Ziel! Das kann beispielsweise die Gewinnung von jährlich 2 Auszubildenden sein, die Steigerung der Anzahl der eingehenden Bewerbungen um 25 Prozent, oder auch die Verringerung der Abbruch- bzw. Nichtantrittsquote auf unter 5 Prozent.

Legen Sie fest, wen Sie adressieren möchten: Z.B. Schulabgänger*innen und deren Eltern, Jugendliche aus der Region, Studienabbrechende, Lehrer*innen, die eigenen Beschäftigten etc.

Instrumente und Maßnahmen des Ausbildungsmarketings

Wichtig ist, dass Sie nur solche Instrumente und Maßnahmen auswählen, die auch wirklich zur Gesamtstrategie Ihres Unternehmens passen. Kombinieren Sie Maßnahmen, um einen effektiven Marketing-Mix zu erhalten.

Und: Fragen Sie **#TeamKukudi** um Unterstützung bei der Auswahl und Planung der für Sie richtigen Instrumente und Maßnahmen. Wir informieren Sie außerdem gerne über staatliche Fördermöglichkeiten oder weitere Plattformen und Projekte, die Sie nutzen können oder Unterstützung bieten.

Im Folgenden geben wir Ihnen einen kleinen Überblick über Instrumente und Maßnahmen, die sich gerade für KMU bewährt haben:

1. Zusammenarbeit mit Schulen in Ihrem Einzugsgebiet

- Angebot von Schülerpraktika
- Führen Sie Informationsveranstaltungen für Schüler*innen, Lehrerinnen und Lehrer sowie Eltern durch
- Unterstützen Sie Schulen bei der Informationsvermittlung, indem Sie z.B. Vorträge halten oder Online-Präsentationen durchführen und dabei über Ihre Lehrberufe informieren
- Schalten Sie Anzeigen in Schüler- und Abschlusszeitungen
- Sponsoring von Schulen (z.B. Getränke für Sportfeste) oder gesponsortes Unterrichtsmaterial

2. Messen und Speed-Datings

- Teilnahme an regionalen Jobmessen und Firmenkontaktveranstaltungen
- Führen Sie einen „Tag der offenen Tür“ durch
- Veranstaltungen zum Girls- oder Boys-Day
- Speeddating mit Schüler*innen, z.B. Infopavillon vor Schulen



3. Kommunizieren Sie online!

- Informieren Sie über Ihre Ausbildungsberufe auf Ihrer Website. Geben Sie individuelle Tipps zur Bewerbung in Ihrem Betrieb.
- Platzieren Sie Ihre Angebote auf speziellen Portalen für Auszubildende oder Online-Jobmessen.
- Machen Sie es zu einem Projekt für Ihre aktuellen Auszubildenden: Lassen Sie sie kleine Videos erstellen, die Sie auf die Website und/oder Youtube stellen.
- Nutzen Sie Social Media, insbes. Instagram, und binden hierzu Social Media-affine Mitarbeiter*innen und Auszubildende ein.
- Vergessen Sie Messenger-Dienste: Jugendliche nutzen diese kaum für die Kommunikation mit Unternehmen.

4. Heben Sie sich durch individuelle Anreize vom Mitbewerb ab

In der mittelfränkischen Kunststoffbranche gibt es einige große und sehr große Unternehmen, mit denen Sie um Auszubildende konkurrieren müssen. Entwickeln Sie daher individuelle Anreize, die eine Ausbildung in Ihrem KMU attraktiv machen und Auszubildende frühzeitig an Ihr Unternehmen binden. Hier eine Auswahl:

- Sind Sie sehr ländlich lokalisiert, bieten Sie mit dem „Azubi Car“ einen Fahrdienst vom nächst gelegenen Bahnhof/Bushaltestelle an.
- Bieten Sie ein „Jobticket“ bzw. übernehmen die Fahrtkosten zum Betrieb.
- Erhöhen Sie das Ausbildungsentgelt oder bieten Sie ein Firmenhandy.
- Übernehmen Sie Beiträge fürs benachbarte Fitnessstudio oder beteiligen Sie sich an den Kosten für den Führerschein Ihrer Auszubildenden.
- Stellen Sie Boni für gute oder sehr gut Noten in Aussicht.
- Kümmern Sie sich um Nachhilfe, wenn es in der Schule nicht so gut klappt.
- Bieten Sie Weiterbildungen an oder ermöglichen Sie die Teilnahme an (Hersteller-)Workshops.
- Nehmen Sie Auszubildende auf Fachmessen mit.
- Freistellung am Geburtstag.
- Ermöglichen Sie Ihren Azubis die Bearbeitung eigener Projekte und kommunizieren dies beim Bewerbungsgespräch.
- Soziale Projekte mit den Auszubildenden, z.B. lassen Sie sie einen Tag lang mit Geflüchteten Fußball spielen oder besuchen Sie einen Kindergarten, um auszuholen.
- Stellen Sie eine Übernahme und Entwicklungsmöglichkeiten bei bestandener Prüfung in Aussicht.
- Loben und wertschätzen Sie Ihre Auszubildenden und haben auch mal ein offenes Ohr für private Probleme und Anliegen.



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



Zusammen.
Zukunft.
Gestalten.

bibb
Bundesinstitut für
Berufsbildung

5. Konventionelle Medien

- Printmedien wie die Tageszeitung, Vereinszeitungen, Veröffentlichungen von Gemeinden und Landkreisen
- „Freecards“ mit QR-Code zu Ihrer (Karriere-)Website, die Sie in Kneipen oder bei Veranstaltungen verteilen
- Spezielle Werbeträger wie Brötchentüten, Bandenwerbung, Firmenfahrzeuge etc.

6. Zusammenarbeit mit öffentlichen Stellen, Branchenverbänden und Projekten wie KUKUDI

- Wenden Sie sich an Ihre örtliche Agentur für Arbeit, Jobcenter und Bildungsträger
- Kooperieren Sie mit dem örtlichen Berufsinformationszentrum (BIZ)
- Wenden Sie sich an IHK oder HWK

Und jetzt?

Wir helfen Ihnen gerne bei der Auswahl und Implementierung der für Sie passenden Instrumente und Maßnahmen. Denn genau das ist der Auftrag von KUKUDI. Greifen Sie daher gerne zum Telefon oder schreiben uns eine Mail.

Nach unserer Kontaktaufnahme eruieren wir gemeinsam Ihre Ziele und Ihren Bedarf und stehen Ihnen bei der Umsetzung zur Seite.

Im Rahmen von KUKUDI führen wir auch eigene Veranstaltungen und Kommunikationsmaßnahmen durch, bei denen Sie sich beteiligen oder mitwirken können. In Workshops vertiefen wir gemeinsam die mögliche Umsetzung von Aktivitäten des Ausbildungsmarketings. Fragen Sie uns einfach nach den anstehenden Terminen und Projekten.

Wir freuen uns auf Sie!

Ihr Ansprechpartner:

Matthias Gräßel
E-Mail: matthias.graessel@bfz.de
Telefon: 0911 93197-564

Mehr über KUKUDI erfahren Sie hier: <https://www.bfz.de/kukudi-kunststoffkraumbruchdigitalisierung>

