



Arbeitshilfe Ausbildungsmarketing

Ideen aus der Projektarbeit

Impressum

JOBSTARTER Arbeitshilfe – Nummer 1

Redaktion und Text

Stephan Dietrich, Virginia Gerard,
Sigrid Meiborg (verantw.),
Benjamin Dresen, Melanie Schulz

Herausgeber

Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB)
Arbeitsbereich 4.4 – „Stärkung der
Berufsbildung, Bildungsketten“
Robert-Schuman-Platz 3
53175 Bonn
Tel.: 0228 107-29 09
Fax: 0228 107-28 87
E-Mail: info@jobstarter.de
Internet: www.jobstarter.de

Bildnachweis

JOBSTARTER/Fotograf: Thilo Schoch
(Titelbild, S. 10), istock – sturti (S. 5)

Gestaltung

PRpetuum GmbH, München

Stand

Juli 2018

JOBSTARTER wird gefördert aus Mitteln
des Bundesministeriums für Bildung und
Forschung und des Europäischen Sozial-
fonds. Durchgeführt wird das Programm
vom Bundesinstitut für Berufsbildung.

Inhalt

Einleitung.....	4
1. Marketingmaßnahmen an Schulen	5
Praxisbeispiel 1: Das „skypende“ Klassenzimmer – für mehr Durch-BLiK	6
Praxisbeispiel 2: Berufsorientierung à la carte: das Berufsorientierungsmenü	7
Praxisbeispiel 3: Azubi für ein paar Stunden: Berufsorientierungstage	8
Praxisbeispiel 4: Tor und Tür geöffnet: Betriebsführungen.....	9
2. Azubi-Speed-Datings und Ausbildungsmessen.....	10
Praxisbeispiel 5: Rendezvous mit Bewerbungsmappe: Azubi-Speed-Datings.....	11
Praxisbeispiel 6: „Snack your job“: Arbeitsessen.....	12
Praxisbeispiel 7: Das Branchenimage tüchtig aufpolieren: Branchenmessen.....	13
Praxisbeispiel 8: Denn das Gute liegt so nah: regionale Ausbildungsmessen.....	14
Praxisbeispiel 9: Von den Jugendlichen organisiert: Berufsmesse an der Schule	15

Einleitung

Ideen aus der Projektarbeit

Vom Besuch im Klassenzimmer bis zur Ausbildungsmesse: Es gibt viele Möglichkeiten, um Jugendliche für die Ausbildung zu gewinnen. Diese Arbeitshilfe stellt in der Praxis erprobte Maßnahmen für kleinste, kleine und mittlere Betriebe vor.

Wer Betriebe bei der Gewinnung von Fachkräften unterstützen möchte, steht vor großen Herausforderungen: Mit welchen Maßnahmen können Jugendliche für eine Ausbildung in Branchen gewonnen werden, deren Ausbildungschancen sie nicht kennen? Wie lassen sich die Vorzüge einer Ausbildung in einem Kleinstbetrieb oder im ländlichen Raum aufzeigen? Welche Formate können kleine Betriebe mit wenig Aufwand umsetzen, um geeigneten Fachkräftenachwuchs anzusprechen und für sich zu gewinnen?

Um Antworten auf diese Fragen zu finden, ist ein durchdachtes Ausbildungsmarketing erforderlich. Nur wenn Betriebe aktiv auf Jugendliche zugehen und allen eine Chance geben, können sie ihren Fachkräftebedarf decken. Auch wenn kleinere Betriebe dafür oft wenig Ressourcen haben: Wer mit Schulen und anderen Akteuren kooperiert, sich an Berufsorientierungsangeboten beteiligt und Praktikumsplätze, Mitmach- und Erprobungsmöglichkeiten anbietet, hat gute Aussichten, geeignete Auszubildende zu finden.

Diese Arbeitshilfe stellt Instrumente des Ausbildungsmarketings vor, die von JOBSTARTER-Projekten in der Praxis erfolgreich umgesetzt wurden. Die Maßnahmen sind auch für kleine Betriebe geeignet und unterstützen diese zielgerichtet dabei, Fachkräftenachwuchs zu gewinnen.

Die Ideen für erfolgreiches Ausbildungsmarketing sind in zwei Kapitel unterteilt:

- ▶ Das Kapitel 1 „Marketingmaßnahmen an Schulen“ (S. 5) stellt Aktivitäten vor, die Betriebe gemeinsam mit Schulen durchführen. Sie können so frühzeitig mit Schülerinnen und Schülern in Kontakt kommen. Die Maßnahmen erreichen in der Regel nur einen begrenzten Kreis an Jugendlichen, können dafür aber sehr passgenau und mit wenig Aufwand umgesetzt werden.
- ▶ Das Kapitel 2 „Azubi-Speed-Datings und Ausbildungsmessen“ (S. 10) präsentiert sowohl bereits etablierte als auch neue Formate des Ausbildungsmarketings, die gemeinsam mit Schulen oder anderen Akteuren umgesetzt werden. Die Maßnahmen erreichen Jugendliche aller Schulformen und in einem großen Umkreis, sind jedoch weniger individuell und oft mit mehr Aufwand verbunden.



Definition Ausbildungsmarketing

„Ausbildungsmarketing“ umfasst verschiedene Facetten:

- ▶ **Arbeitgebermarketing:** Betriebe werben für sich als attraktiver Arbeitgeber: Dazu bieten sie Jugendlichen zum Beispiel Entwicklungsperspektiven, flexible Arbeitszeiten, finanzielle Sonderleistungen oder eine familiäre Atmosphäre.
- ▶ **Berufemarketing:** Betriebe werben für die Berufe, in denen sie ausbilden. Dies ist insbesondere dann erforderlich, wenn die Berufe und die mit den Berufen verbundenen Karriereperspektiven unter Jugendlichen wenig bekannt sind.
- ▶ **Branchenmarketing:** Betriebe oder Vertreter einer Branche werben für die Attraktivität der Ausbildung in Berufen ihrer Branche. Dies ist besonders wichtig, wenn viele Jugendliche keine oder falsche Vorstellungen von der betreffenden Branche haben.



1. Marketingmaßnahmen an Schulen

Schülerinnen und Schüler erhalten umfassende Informationen über den Ausbildungs- und Arbeitsmarkt im Berufsorientierungsunterricht. So soll verhindert werden, dass Jugendliche später mit ihrer Ausbildungswahl unzufrieden sind und die Ausbildung vorzeitig abbrechen. Dies ist für Betriebe eine ideale Gelegenheit, für den eigenen Betrieb zu werben. Vor allem der Kontakt zu den fast gleichaltrigen Auszubildenden bildet Brücken zum Betrieb. Die Arbeitshilfe enthält Vorschläge, wie sich kleine Betriebe aktiv in die an Schulen stattfindende Berufsorientierung einbringen und Ausbildung erlebbar machen können.

Die Vorteile: Mit Aktionen an Schulen kommen die Betriebe direkt mit potenziellen Bewerberinnen und Bewerben in Kontakt, können auf ihre Fragen individuell eingehen und ihnen Praktikumsplätze sowie Mitmach- und Erprobungsmöglichkeiten anbieten. Die Aktionen sind außerdem in der Regel kostengünstig und mit wenig Aufwand umsetzbar – und sie lohnen sich: Die Erfahrung aus der Projektarbeit zeigt, dass ein frühes Kennenlernen des Betriebs und des Ausbildungsberufs oft das spätere Ausbildungsverhältnis anbahnt.

Folgende Maßnahmen haben sich in JOBSTARTER-Projekten bewährt:

- ▶ **Praxisbeispiel 1: „Das „skypende“ Klassenzimmer“ (S. 6)**
Live-Schaltung ins Büro oder auf die Baustelle: Dank digitaler Medien wie Skype wird die Arbeitswelt direkt in den Unterricht geholt und lebendig gemacht.
- ▶ **Praxisbeispiel 2: Das „Berufsorientierungsmenü“ (S. 7)**
Betriebsbesichtigungen, Elternabende oder Workshops für Schülerinnen und Schüler: Schulen wählen aus einem Maßnahmenkatalog ein individuell auf sie zugeschnittenes „Berufsorientierungsmenü“ aus, das von Betrieben oder Branchenvertretern angeboten wird.
- ▶ **Praxisbeispiel 3: „Berufsorientierungstage“ (S. 8)**
Einen Tag Azubi sein: Schülerinnen und Schüler erhalten die Möglichkeit, einen Tag lang im Betrieb zu arbeiten und so den Ausbildungsalltag sowie den Ausbildungsberuf kennenzulernen. Betriebe lernen potenzielle Auszubildende kennen und können sich zu präsentieren.
- ▶ **Praxisbeispiel 4: „Betriebsführungen“ (S. 9)**
Raus aus der Schule und rein in die Praxis: Jugendliche besuchen einen oder mehrere Betriebe aus ihrer Region und lernen Ausbildungsberufe und Arbeitsabläufe kennen.

Praxisbeispiel 1

Das „skypende“ Klassenzimmer – für mehr Durch-BLiK



Das Ziel

Bei Exkursionen erhalten Jugendliche Einblick in Betriebe und deren beruflichen Alltag. Alternativ können sich Schulen und Betriebe digital treffen, indem der Betrieb oder der Arbeitsort per Live-Schaltung ins Klassenzimmer geholt wird. Dazu wird ein Instant-Messaging-Dienst wie zum Beispiel Skype eingesetzt. Über die Funktion Video-Konferenz können Unternehmerinnen und Unternehmer den Jugendlichen ihre Arbeitsstätte zeigen, Ausbildungsberufe vorstellen und einen Einblick in den betrieblichen Ablauf geben. Die Schülerinnen und Schüler können ihrerseits dem Betrieb Fragen stellen. Die digitale Betriebsbesichtigung ermöglicht realistische Einblicke in die Berufswelt und spart im Vergleich zu Besuchen vor Ort Zeit und Geld – für alle Beteiligten.



Die Maßnahme

Um Jugendlichen die spezifischen Chancen einer Ausbildung am Bau auf anschauliche Weise zu erklären, nutzt das **JOBSTARTER-Projekt „Gewinn Bau“** beim Bildungswerk BAU Hessen-Thüringen das Konzept „BLiK – Bauberufe Live im Klassenzimmer“. „Mit ‚BLiK‘ als digitaler Brücke können sich interessierte Jugendliche mit Auszubildenden und dem Ausbildungspersonal austauschen und ihnen bei der Arbeit – etwa auf der Baustelle – live über die Schulter schauen“, erklärt Rosemarie Kaiser, Koordinatorin des JOBSTARTER-Projekts die Idee. Innerhalb weniger Monate erhielten über 1.100 Schülerinnen und Schüler einen Ein„BLiK“ in die Baubranche. „Die Schulen bewerten die 30–60-minütigen Skype-Calls als sehr gut organisierbare, praktische Ergänzung der Berufsorientierung für die Klassen 7 bis 10“, berichtet Rosemarie Kaiser. Da sich „BLiK“ für die Gewinnung von Bau-Azubis fest etabliert hat, leitet das Projekt nun interessierte Bildungsträger und Unternehmen der Baubranche so an, dass sie den Skype-Kontakt in Zukunft selbstständig herstellen können.



Besonderheit

- ▶ Digitale Brücke zwischen Arbeitsort und Schule



Geeignet für

- ▶ Sparfüchse
- ▶ Betriebe, die sich gerne in die Karten gucken lassen
- ▶ Schulen, die über den Tellerrand schauen



Erforderlich

- ▶ Computer mit schneller Internetverbindung und Webcam
- ▶ Software für Video-Konferenz (z. B. Skype)



Vorteile

- ▶ Kostenneutrale Maßnahme, die während des regulären Schulunterrichts durchgeführt werden kann.



Kontakt zum JOBSTARTER plus-Projekt

▶ „Gewinn Bau“

Bildungswerk BAU Hessen-Thüringen e.V., Blosenburgstr. 4, 99096 Erfurt, Tel.: 0361 7309 201, Fax: 0361 7309 207, E-Mail: erfurt@biw-bau.de, www.biwbau.de, Ansprechpartner: Dipl.-Phil. Karl-Heinz Pfündner

Praxisbeispiel 2

Berufsorientierung à la carte: das Berufsorientierungsmenü







Das Ziel

Schulen erhalten eine Auswahl von Angeboten aus dem Bereich der Berufsorientierung. Sie wählen aus mehreren Vorschlägen wie zum Beispiel Betriebsbesichtigungen, Elterninformationsabenden und Schul-Workshops aus und erhalten so ein mehrgliedriges, auf ihre Schülerinnen und Schüler passgenau zugeschnittenes „Berufsorientierungsmenü“. Da das „Menü“ verschiedene Instrumente der Berufsorientierung zu einem Gesamtpaket bündelt, können die Schülerinnen und Schüler eine Branche aus unterschiedlichen Perspektiven kennenlernen.



Die Maßnahme

Berufsausbildungen in der Logistik sind für viele Jugendliche und ihre Eltern wenig attraktiv und die Ausbildungs- und Karrierechancen zu wenig bekannt. Für die Logistikunternehmen der Region Bad Hersfeld hat daher das **JOBSTARTER-Projekt „PORT_IN“** das Konzept des „Berufsorientierungsmenüs“ entwickelt. Das „Berufsorientierungsmenü“ besteht aus mehreren Gängen, aus denen die Schulen ihr individuelles Menü zusammenstellen. Zur Auswahl stehen zum Beispiel eine Betriebsbesichtigung, die Teilnahme an einer Infobörse oder Berufsmesse, Workshops oder eine Podiumsdiskussion für Schülerinnen und Schüler, ein Elterninformationsabend oder ein Projekttag im Betrieb. Die Unternehmen stellen außerdem Praktikumsplätze bereit. Durch die verschiedenen Aktionen erfahren die Jugendlichen, ihre Eltern und die Lehrkräfte beispielsweise, dass eine Ausbildung in der Fahrerkabine oder in einem hochtechnisierten Lager anspruchsvoll sein kann, oder dass engagierte Nachwuchstalente aufgrund des Fachkräftemangels in der Logistik meistens übernommen werden.

 Besonderheit	▶ Individuelles „Rundum-Sorglos-Paket“ für Schulen
 Geeignet für	▶ À-la-carte-Fans ▶ Betriebe, die viel zu bieten haben ▶ Jugendliche, die gerne wählen
 Erforderlich	▶ Beherrschung verschiedener Veranstaltungsformate ▶ Zeit für Organisation und Koordinierung
 Vorteile	▶ Jugendliche, Eltern und Lehrkräfte erhalten einen umfassenden Einblick über Ausbildungsangebote aus ihrer Region.



Download

Berufsorientierungsmenü

Alle Downloads dieser Arbeitshilfe können Sie unter www.jobstarter.de/arbeitshilfe-ausbildungsmarketing herunterladen.



Kontakt zum JOBSTARTER plus-Projekt

▶ „PORT_IN“

GPDM – Gesellschaft für Projektierungs- und Dienstleistungsmanagement mbH Niederlassung Kassel,
Ludwig-Erhard-Str. 8, 34131 Kassel, Tel.: 0561 8164-60, Fax: 0561 8164-622,
E-Mail: vbudde@gpdm.de, www.gpdm.de, Ansprechpartner: Volker Budde

Praxisbeispiel 3

Azubi für ein paar Stunden: Berufsorientierungstage



Das Ziel

Schülerinnen und Schüler verbringen einen Tag in einem Ausbildungsbetrieb in ihrer Nähe. Dort lernen sie den Azubi-Alltag und die Anforderungen des gewählten Ausbildungsberufs kennen. Dadurch schärfen sie ihre Vorstellungen vom späteren Ausbildungs- und Arbeitsleben. Ausbildungsabbrüche sollen so vermieden werden. Von den „Schnuppertagen“ profitieren auch Kleinbetriebe: Sie können sich und ihre Vorzüge als Arbeitgeber präsentieren und frühzeitig Nachwuchskräfte für sich gewinnen.



Die Maßnahme

Um den Übergang von der Schule in die Ausbildung zu erleichtern und Konflikten wie Ausbildungsabbrüchen vorzubeugen, entwickelte das **JOBSTARTER-Projekt „JOBTIMIST“** das Konzept „Stundenweise Azubi“. „Stundenweise Azubi“ vermittelt Schülerinnen und Schülern erste praktische Jobberfahrungen: Während ihres Besuchs im Betrieb lösen sie kleine Arbeitsaufgaben, tauschen sich mit anderen Auszubildenden sowie mit Ausbilderinnen und Ausbildern aus und erfahren so aus erster Hand mehr über die jeweiligen Ausbildungs- und Karrieremöglichkeiten. Die Idee wurde zunächst mit Schülerinnen und Schülern einer Realschule in Einbeck und kleinen Betrieben aus der Nachbarschaft durchgeführt. Die Acht-, Neunt- und Zehntklässler erkundeten zu Jahresbeginn einen Tag lang das von ihnen ausgewählte Ausbildungs- und Berufsumfeld. „Solche Begegnungen sind für die Betriebe in der Region, die seit einiger Zeit mit Besetzungsproblemen zu kämpfen haben, enorm wertvoll“, hebt der Projektverantwortliche Stefan Bömelburg den unternehmerischen Mehrwert hervor. „Sie knüpfen frühzeitig den Kontakt zu potenziellen Praktikanten und Auszubildenden, präsentieren sich bei Eltern und Lehrern als engagierter Betrieb und werben für ihr Ausbildungsangebot.“ Wegen der positiven Resonanz setzte das Projekt die Idee „Stundenweise Azubi“ auch mit anderen Schulen um.



Besonderheit

- ▶ Nachbarschaftsbündnis aus Schulen und Betrieben



Geeignet für

- ▶ Entdecker
- ▶ Betriebe, die gerne Gäste empfangen
- ▶ Jugendliche, die gerne auf Entdeckungstour gehen



Erforderlich

- ▶ gute Kontakte zu den Betrieben und Schulen aus der Region
- ▶ (kreative) Ideen zur Gestaltung des Schnuppertages



Vorteile

- ▶ Die Wirtschaft der Region wird durch den starken lokalen Bezug der Maßnahme besonders gestärkt.



Download

Flyer Schüler

Flyer Unternehmensakquise

Rückmeldebogen Betriebe

Alle Downloads dieser Arbeitshilfe können Sie unter www.jobstarter.de/arbeitshilfe-ausbildungsmarketing herunterladen.

Kontakt zum **JOBSTARTER plus-Projekt**

▶ „JOBTIMIST“

Werk-statt-Schule e. V., Friedrich-Ebert-Wall 1, 37154 Northeim, Tel.: 05551 9788-28, Fax: 05551 9788-22,
E-Mail: r.sydow@werk-statt-schule.de, www.jobtimist-northeim.jimdo.com, Ansprechpartnerin: Renate Sydow

Praxisbeispiel 4

Tor und Tür geöffnet: Betriebsführungen







Das Ziel

Schülerinnen und Schüler wählen aus unterschiedlichen Berufsfeldern diejenigen aus, die sie am meisten interessieren. Mit einem Shuttlebus werden sie dann innerhalb eines Tages zu den ausgewählten Betrieben gebracht. Vor Ort lernen sie die entsprechenden Berufsfelder und Ausbildungsberufe kennen. Die Jugendlichen erkunden so aktiv Ausbildungsmöglichkeiten und schnuppern Praxisluft. Umgekehrt nehmen die Betriebe Kontakt zu interessierten Jugendlichen auf und können diese dadurch schon früh an den Betrieb binden.



Die Maßnahme

Um kleinen Betrieben, die Fachkräftenachwuchs suchen, möglichst früh den Kontakt zu potenziellen Bewerberinnen und Bewerbern für Praktika- und Ausbildungsplätze zu ermöglichen, setzte das **JOBSTARTER-Projekt „WO-LF 80“** das Konzept der „Zeig DICH!-Tour“ ein. Die Betriebe können durch ihre Teilnahme frühzeitig Kontakt zu Jugendlichen aus ihrer Region herstellen und sie für eine Ausbildung gewinnen. Für die Wormser „Zeig DICH!-Tour“ konnte das Projekt rund 50 Betriebe begeistern. Sie öffneten ihre Tore und boten den Jugendlichen einen Rundum-Einblick in die unterschiedlichsten Berufsfelder. Mit einem Shuttlebus brachte das Projekt die Ausbildungsinteressierten aus den 7. Klassen der Realschulen sowie der Integrierten Gesamtschule innerhalb eines Tages zu drei Unternehmen. Die Touren wurden vorab mit den Schülerinnen und Schülern abgestimmt: Die Jugendlichen wählten aus acht unterschiedlichen Berufsfeldern und brachten ihre Wünsche bei den mitorganisierenden Joblotsen der Schulen an.

 Besonderheit	▶ Tour mit umfassendem Einblick in Berufsfelder und Ausbildungsberufe
 Geeignet für	▶ Ungebundene mit Bindungsabsicht ▶ Betriebe, die sich früh binden wollen ▶ Jugendliche, die Neues kennenlernen wollen
 Erforderlich	▶ Anmietung von Bussen ▶ mitorganisierende Joblotsen an den Schulen
 Vorteile	▶ Jugendliche lernen an einem Tag gleich mehrere Betriebe aus ihrer Region kennen



Download

Anmeldung

Alle Downloads dieser Arbeitshilfe können Sie unter www.jobstarter.de/arbeitshilfe-ausbildungsmarketing herunterladen.



Kontakt zum JOBSTARTER plus-Projekt

- ▶ „WO-LF 80“
Stadt Worms, Dezernat II, Bereich 5 Soziales, Jugend und Wohnen, Kinder- und Jugendbüro Adenauerring 3 a,
67547 Worms, Tel.: 06241 8535-605, Fax: 06241 8535-699, E-Mail: nadine.weiner-egresi@worms.de,
www.worms.de/ruem/zeig-dich-tour/index.php, Ansprechpartnerin: Nadine Weiner-Egresi



2. Azubi-Speed-Datings und Ausbildungsmessen

Betriebe können auf größer angelegten Veranstaltungen wie Ausbildungsmessen sowie bei Azubi-Speed-Datings für sich und ihre Ausbildungsberufe werben. Meistens erreichen sie damit Jugendliche aller Schulformen und aus einem größeren Umkreis. Auch für kleinere Betriebe lohnt sich die Teilnahme an solchen Veranstaltungen.

Die Vorteile: Die Begegnung zwischen Ausbildungsplatzsuchenden und Betrieben auf Ausbildungsbörsen, Berufsmessen oder beim Azubi-Speed-Dating bietet beiden Seiten die Chance, Überzeugungsarbeit in eigener Sache zu leisten, kritische Nachfragen zu beantworten und Vorurteile auszuräumen. Im persönlichen Gespräch haben Jugendliche außerdem die Chance, mit ihrer Motivation und Persönlichkeit zu überzeugen. Zeugnisnoten treten in den Hintergrund. Dadurch erhöhen sich die Bewerbungschancen von Jugendlichen mit eher schlechten Schulleistungen – und für die Betriebe vergrößert sich der Kreis der in Frage kommenden Bewerberinnen und Bewerber.

Diese Maßnahmen haben sich in JOBSTARTER-Projekten bewährt:

- ▶ **Praxisbeispiel 5: „Azubi-Speed-Datings“ (S. 11)**
Zunehmend beliebt: Jugendliche treffen beim Azubi-Speed-Dating auf Unternehmerinnen und Unternehmer. Nach einem kurzen Gespräch geht es weiter zum nächsten Gesprächspartner.
- ▶ **Praxisbeispiel 6: „Arbeitsessen („Snack your job““ (S. 12)**
Für Geschäftspartner selbstverständlich, bei Azubi-Speed-Datings noch ungewöhnlich: Jugendliche und Betriebe kommen bei Essen und Trinken ins Gespräch – das lockert die Atmosphäre auf und symbolisiert Wertschätzung.
- ▶ **Praxisbeispiel 7: „Branchenmessen“ (S. 13)**
Die ganze Aufmerksamkeit für sich: Betriebe aus unbekanntem oder unterschätzten Branchen laden Jugendliche zu brancheneigenen Messen ein, um für sich zu werben.
- ▶ **Praxisbeispiel 8: „Regionale Ausbildungsmessen“ (S. 14)**
Gemeinsam stark für die Region: Kleinere Messeangebote werden zu einer zentralen, regionalen Ausbildungsmesse gebündelt. Die Betriebe erreichen so mit weniger Aufwand mehr Jugendliche.
- ▶ **Praxisbeispiel 9: „Berufsmessen – von Schülern organisiert“ (S. 15)**
Messen, die von Schülerinnen und Schülern organisiert werden, lohnen sich für Betriebe besonders: Da sie die Messe selbst gestalten, sind die Jugendlichen besonders motiviert.

Praxisbeispiel 5

Rendezvous mit Bewerbungsmappe: Azubi-Speed-Datings



Das Ziel

In circa zehnmütigen Gesprächen präsentieren Unternehmen Jugendlichen ihre Ausbildungsangebote. Die Ausbildungsplatzsuchenden können Fragen stellen und mit einer vorbereiteten Bewerbungsmappe von sich überzeugen. Haben beiden Seiten Interesse an einem weiteren Kontakt, lädt der Betrieb den Jugendlichen in der Regel zu einem Bewerbungsgespräch oder zu einem Eignungstest ein.



Die Maßnahme

„Ich habe sofort gespürt, dass die beiden Jungs super in meinen Betrieb passen“, erzählt Edip Büyütürk von der ersten Begegnung mit seinen heutigen Auszubildenden. Dass der Inhaber eines kleinen Elektroinstallationsbetriebes nach monatelanger Suche innerhalb weniger Minuten gleich zwei Nachwuchskräfte für sich gewinnen konnte, verdankt er dem Azubi-Speed-Dating des **JOBSTARTER-Projekts „Mülheimer Ausbildungsservice (MAS)“**.

„MAS“ organisierte regelmäßig Azubi-Speed-Datings für kleine und Kleinstunternehmen, da sie selten die personellen Ressourcen haben, um solche Veranstaltungen selbst zu organisieren. „Die Speed-Datings bieten wir in Zusammenarbeit mit Unternehmerverbänden, der Kreishandwerkerschaft und der Agentur für Arbeit in zwei unterschiedlichen Formaten an – im kleinen Rahmen mit sechs Betrieben und 50 Jugendlichen oder größer dimensioniert in der Stadthalle, in der dann 50 Unternehmen viele Dates wahrnehmen können“, erläutert die zuständige Projektkoordinatorin Nicole Weyers. Entscheidend für den Erfolg der Azubi-Speed-Datings sei laut Weyers, die Jugendlichen optimal auf den Tag einzustimmen: „Die Schülerinnen und Schüler werden zum Teil auf die Gespräche vorbereitet“, erklärt sie. Dadurch finden auch eher chancenarme Bewerberinnen und Bewerber den Weg in eine erfolgreiche Ausbildung.



Besonderheit

- ▶ Bewährtes Format mit niedrigen Zugangsbarrieren



Geeignet für

- ▶ Kontaktfreudige
- ▶ Betriebe, die viel in kurzer Zeit wollen
- ▶ Jugendliche, die beeindrucken wollen



Erforderlich

- ▶ Vorbereitung der Jugendlichen auf die Gespräche
- ▶ Anmietung eines Raumes



Vorteile

- ▶ Leistungsschwächere Jugendliche haben bessere Chancen auf einen Ausbildungsplatz, da die Schulnoten in den Hintergrund treten.



Download

Anmeldung

Einladung

Save the Date

Alle Downloads dieser Arbeitshilfe können Sie unter www.jobstarter.de/arbeitshilfe-ausbildungsmarketing herunterladen.



Kontakt zum JOBSTARTER plus-Projekt

- ▶ „Mülheimer Ausbildungsservice (MAS)“
Stadt Mülheim an der Ruhr, Sozialagentur, Eppinghofer Str. 50, 45468 Mülheim an der Ruhr, Tel.: 0208 4555-416, Fax: 0208 4555-479, E-Mail: nicole.weyers@muehlheim-ruhr.de, www.muehlheim-ruhr.de/cms/termine3.html,
Ansprechpartnerin: Nicole Weyers

Praxisbeispiel 6

„Snack your job“: Arbeitsessen



Das Ziel

Jugendliche und Unternehmen treffen sich zu einem gemütlichen Arbeitsessen. Dort lernen sie sich gegenseitig in zwangloser Atmosphäre kennen. Die Betriebe haben die Gelegenheit, sich und ihre Ausbildungsberufe zu präsentieren, während die Jugendlichen Fragen stellen und ihre Stärken und Kompetenzen vorstellen können. Das Arbeitsessen ist eine erweiterte Form des Azubi-Speed-Datings, da es längere Gespräche und einen intensiveren Austausch ermöglicht. Außerdem erleichtert die kommunikative Situation beim Essen den Einstieg ins Gespräch – gerade mit besonders schüchternen Jugendlichen.



Die Maßnahme

Da die Logistikbranche in Nordhessen immer seltener engagierte Nachwuchskräfte findet, lud das **JOBSTARTER-Projekt „PORT_IN“** diese Betriebe zu einem gemeinsamen Arbeitsessen mit ausbildungssuchenden Jugendlichen ein. Die Idee des Projekts: Unternehmen und Jugendliche lernen sich bei Speis und Trank in zwangslosen Gesprächen kennen. „Die größte Herausforderung bei diesem Konzept war, Jugendliche zu gewinnen, die der Logistikbranche offen gegenüberstehen und sich dort eine Ausbildung vorstellen können“, erklärt Projektleiter Roger Voigtländer. Doch nachdem interessierte Jugendliche gefunden waren, entpuppte sich das Arbeitsessen als voller Erfolg: Viele Betriebe nutzten die Möglichkeit, den Jugendlichen ihre Branche „schmackhaft zu machen“ und Vorurteile abzubauen. Sie vereinbarten Vorstellungstermine und Praktika, aus denen später Ausbildungsverhältnisse entstanden sind. „Für uns war das Format sehr erfolgreich“, berichtet zum Beispiel Unternehmer Martin Lilienthal. „Wir hatten mit drei Teilnehmern Vorstellungsgespräche vereinbart. Mit zweien wurden Praktika vereinbart. Einer wird für das kommende Jahr einen Ausbildungsvertrag als Berufskraftfahrer unterschreiben. Praktikantin Nr. 2 rückt schon im November dieses Jahres als Berufskraftfahrerin nach.“



Besonderheit

- ▶ Kennenlern-Date in entspannter Atmosphäre



Geeignet für

- ▶ Gourmets
- ▶ Betriebe, die einen guten Geschmack haben
- ▶ Jugendliche, die hungrig auf Ausbildung sind



Erforderlich

- ▶ Anmietung eines Raumes
- ▶ Catering



Vorteile

- ▶ Betriebe und Jugendliche können sich in ungezwungener Atmosphäre kennenlernen und das Gegenüber von sich überzeugen.



Download

Ablaufplan

Bewerbervisitenkarte

Presseartikel

Alle Downloads dieser Arbeitshilfe können Sie unter www.jobstarter.de/arbeitshilfe-ausbildungsmarketing herunterladen.



Kontakt zum JOBSTARTER plus-Projekt

▶ „PORT_IN“

GPDM – Gesellschaft für Projektierungs- und Dienstleistungsmanagement mbH Niederlassung Kassel,
Ludwig-Erhard-Str. 8, 34131 Kassel, Tel.: 0561 8164-60, Fax: 0561 8164-622,
E-Mail: vbudde@gpdm.de, www.gpdm.de, Ansprechpartner: Volker Budde

Praxisbeispiel 7

Das Branchenimage tüchtig aufpolieren: Branchenmessen



Das Ziel

Betriebe aus Branchen mit Besetzungsproblemen präsentieren sich auf einer brancheneigenen Messe, auf die gezielt interessierte Jugendliche eingeladen werden. So können die Betriebe aus dem „Schatten“ beliebter und bekannter Branchen heraustreten und die Aufmerksamkeit der Jugendlichen ganz auf sich lenken.



Die Maßnahme

Das **JOBSTARTER-Projekt „Gewinn Bau“** entwickelte die Idee, eine brancheneigene, überregionale Messe durchzuführen. Bei der eintägigen Veranstaltung präsentierten sich über 60 Unternehmen und 10 Netzwerkpartner mit Informationsständen, Vorführungen, Workshops und branchenbezogenen Geschicklichkeitstests. Die Jugendlichen konnten Minibagger ausprobieren, den Grundstein für ein Haus legen oder einen eigenen Weg pflastern. Sie brachen Beton mit dem Bohrhämmer auf und probierten Brandmelder aus. Sogar beim Mittagsimbiss hieß es „Bau Dir Deinen Burger“. Ein Überschlag- und ein Bremssimulator sowie eine Berufskleidungs-Modenschau rundeten das Programm ab.

„Wir haben uns zielgerichtet auf Jugendliche aus den Klassen 7 bis 9 konzentriert, die sich für eine Ausbildung am Bau interessieren. Diese wurden an 79 Haupt- und Realschulen in neun Stadt- und Landkreisen ausgesucht“, erklärt Projektkoordinatorin Rosemarie Kaiser. Dabei wurden auch chancenärmere Jugendliche berücksichtigt. Ein eigens eingerichteter „Bau-Bus-Express“ beförderte die eingeladenen Schülerinnen und Schüler sowie deren Eltern und Lehrer kostenlos zur Messe. Insgesamt kamen mehr als 1.000 Besucher nach Erfurt. Die Betriebe vereinbarten zahlreiche Vorstellungstermine und schlossen schon unmittelbar während der Messe 30 Ausbildungs- und 18 Praktikumsverträge ab.

 Besonderheit	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Großangelegtes Branchenschauspiel mit Action
 Geeignet für	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Aktive ▶ Betriebe, die das Rampenlicht nicht scheuen ▶ Jugendliche, die keine Angst vor dem Unbekannten haben
 Erforderlich	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Anmietung größerer Räumlichkeiten ▶ Anmietung von Bussen ▶ lange Vorlaufzeit für die Organisation der Veranstaltung
 Vorteile	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Betriebe erhalten eine eigene, speziell auf ihre Branche zugeschnittene Plattform mit großer Reichweite.



Download

Einladung

Ablauf- und Workshop-Plan

Alle Downloads dieser Arbeitshilfe können Sie unter www.jobstarter.de/arbeitshilfe-ausbildungsmarketing herunterladen.



Kontakt zum JOBSTARTER plus-Projekt

▶ „Gewinn Bau“

Bildungswerk BAU Hessen-Thüringen e.V., Blosenburgstr. 4, 99096 Erfurt, Tel.: 0361 7309 201, Fax: 0361 7309 207, E-Mail: erfurt@biw-bau.de, www.biwbau.de, Ansprechpartner: Dipl.-Phil. Karl-Heinz Pfündner

Praxisbeispiel 8

Denn das Gute liegt so nah: regionale Ausbildungsmessen



Das Ziel

Mehrere kleine regionale (Schul-)Messen werden zentral zu einer großen Messe zusammengefasst, damit auch kleinere Betriebe die Gelegenheit haben, sich einem großen Publikum zu präsentieren. Denn insbesondere kleine und Kleinstbetriebe können aus zeitlichen und personellen Gründen selten mehrere Messetermine wahrnehmen. Von einer zentralen Messe profitieren nicht nur die Betriebe – sie kann auch die Region stärken: Sie zeigt mit gebündelter Energie, welche Ausbildungs- und Karrierechancen die Region zu bieten hat.



Die Maßnahme

Viele Jugendliche ziehen einen Ausbildungsplatz im urbanen Umfeld einem auf dem „flachen Land“ vor. Diesem Trend wollte der Heidekreis entgegenwirken und entwickelte das Konzept der Berufs- und Fachkräftemesse „Work & Life“. „Wir möchten jungen Menschen zeigen, dass ihre ländliche Heimat auch einiges zu bieten hat“, erklärt Andrea Galonska vom **JOBSTARTER plus-Projekt FUCHS – Fachkräfte und Chancen sichern**“ der Wirtschaftsförderung und Kreisentwicklung im Heidekreis. „Ausgangspunkt war, dass die kleinen Berufsorientierungsmessen an 20 Schulen der Region für die Organisatoren zwar einen immensen Aufwand, aber zu wenig Resonanz generiert hatten“, berichtet sie. Betriebe haben oft nicht so viele Termine frei, dass sie an mehreren Messen teilnehmen können. Dann ist die Beteiligung der Firmen an den einzelnen Messen schnell zu gering. In enger Zusammenarbeit mit dem Wirtschaftsverein, Vertretern aus Unternehmen und Schulen sowie dem Fachbereich ÖPNV/Schule/Bildung des Landkreises wurde deshalb „Work & Life“ als dreitägige Messe 2016 erstmals realisiert. 120 Unternehmen präsentierten sich an über 70 Ständen vor rund 4.000 Besuchern, darunter 3.000 Jugendliche, die mit Bussen kostenlos zur Messe gebracht wurden. Da die Messe auch an einem Samstag geöffnet war, nutzten außerdem viele Eltern die Gelegenheit, sich gemeinsam mit ihren Kindern über Ausbildungsberufe und Unternehmen zu informieren.



Besonderheit

- ▶ Eine Messe für eine Region unter dem Motto „Gemeinsam sind wir stark“



Geeignet für

- ▶ Synergien-Nutzer
- ▶ Betriebe, die Teamwork mögen
- ▶ Jugendliche, die ihre Heimat schätzen



Erforderlich

- ▶ Anmietung von Räumlichkeiten
- ▶ Anmietung von Bussen
- ▶ Schulen und Netzwerkpartner sollten mit ins Boot geholt werden.



Vorteile

- ▶ Die Maßnahme bündelt die Energien regionaler Partner für eine Großveranstaltung. Dadurch erreicht sie mehr Leute.



Download

Anmeldung

Alle Downloads dieser Arbeitshilfe können Sie unter www.jobstarter.de/arbeitshilfe-ausbildungsmarketing herunterladen.

Kontakt zum **JOBSTARTER plus-Projekt**

- ▶ **FUCHS – Fachkräfte und Chancen sichern**“

Landkreis Heidekreis, Harburger Straße 2, 29614 Soltau, Tel.: 05191 970-616, Fax: 05191 970-900616,
E-Mail: a.galonska@heidekreis.de, www.heidekreis.de/workandlife, Ansprechpartner: Andrea Galonska

Praxisbeispiel 9

Von den Jugendlichen organisiert: Berufsmesse an der Schule







Das Ziel

Schülerinnen und Schüler organisieren selbst eine Ausbildungsmesse. Dazu wählen sie die Branchen und Berufe aus, die sie interessieren, und nehmen mit den entsprechenden Betrieben Kontakt auf. Das schult nicht nur viele Schlüsselkompetenzen bei den Organisatoren – es erzeugt auch ein größeres Interesse und ein verschärftes Verständnis zum Thema Berufsorientierung.



Die Maßnahme

Wer könnte besser wissen, was Schülerinnen und Schüler auf einer Berufsmesse wirklich interessiert als diese selbst? Diese Überlegung brachte die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des **JOBSTARTER-Projekts „OLAM – Oldenburger Ausbildungsmodell“** dazu, mit der Graf-Anton-Günther-Schule eine ganz besondere Berufsorientierungsmesse zu initiieren: „Das Ziel dieses Pilotprojekts war, die Schülerinnen und Schüler inhaltlich und organisatorisch teilhaben zu lassen und somit eine größere Identifikation mit dem Angebot herzustellen“, skizziert der Projektverantwortliche Jakob Dalin das Konzept. In wöchentlichen Meetings planten die Zehntklässler des Gymnasiums eine Messe speziell für ihre Schule – und kümmerten sich um jedes Detail der Veranstaltung: Von der Öffentlichkeitsarbeit, über Catering und Technik bis hin zur Akquise von Unternehmen und der Ablaufplanung lag alles in ihrer Hand. Außerdem erarbeiteten sie bei der Planung und Umsetzung der Messe ein umfassendes Handbuch mit einer vollständigen Prozessbeschreibung, hilfreichen Checklisten und Vorlagen zur Ansprache der Zielgruppen. Das Organisationspaket steht auf der Website des Projekts zum Download bereit. 14 Unternehmen aus der Region sagten schließlich ihre Teilnahme an der Hausmesse zu. Sie standen den Schülerinnen und Schülern für Einzelgespräche zur Verfügung und informierten sie unter anderem über Berufsfelder und die Chancen einer dualen Ausbildung. „Wenn Jugendliche die Organisation einer Berufsmesse in die Hand nehmen dürfen, setzen sie sich unmittelbar auch mit ihrer eigenen beruflichen Zukunft auseinander“, so Jakob Dalin. Die Zehntklässler, die die Veranstaltung organisiert haben, freuten sich am Ende des Tages somit nicht nur über eine Auszeichnung für ihren Organisationseinsatz, sie erwarben auch profunde Kenntnisse für ihre eigene Berufswegplanung.

 Besonderheit	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Schüler/-innen organisieren die Messe selbst
 Geeignet für	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Organisationstalente ▶ Betriebe, die keine Angst vor der Schulbank haben ▶ Jugendliche, die wissen, was sie wollen
 Erforderlich	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Nahe Begleitung und Betreuung der Schüler/-innen durch Schule oder einen anderen Ansprechpartner
 Vorteile	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Hohe Motivation und Identifikation der Jugendlichen mit dem Messeangebot



Download

Handbuch

Alle Downloads dieser Arbeitshilfe können Sie unter www.jobstarter.de/arbeitshilfe-ausbildungsmarketing herunterladen.



Kontakt zum JOBSTARTER plus-Projekt

- ▶ „OLAM – Oldenburger Ausbildungsmodell“
 Stadt Oldenburg, Markt 1, 26122 Oldenburg, Tel.: 0441 2190-677, Fax: 0441 2190-6931,
 E-Mail: matthias.welp@stadt-oldenburg.de, www.oldenburg.de, Ansprechpartner: Matthias Welp

