



DONAURIES

Glückstreffer!

vbw

Die bayerische
Wirtschaft



Wirtschaftsförderverband DONAURIES E.V.

Azubi-Recruiting – funktioniert auch in Zeiten von Corona!

Referent: Simon Klingenmaier

Ziele



- Der Wirtschaftsförderverband DONAURIES e.V. bringt alle verantwortlichen Akteure aus Wirtschaft, Gesellschaft und Politik aus dem Landkreis Donau-Ries zusammen, um die **Zukunft der Wirtschaftsregion aktiv und nachhaltig zu gestalten.**
- Mit der **Regionenmarke DONAURIES** hat der Verein zum Ziel, gemeinsam mit den Markenpartnern die Region bekannter zu machen und so für Fachkräfte zu werben.

- **Angebote für die Schüler im Landkreis**
 - DONAURIER Tag der offenen Unternehmen, DONAURIER Projektwoche SchuleWirtschaft, Ausbildung im DONAURIES, Berufswahlpass DONAURIES
- **Netzwerkveranstaltungen**
 - Betriebsleitergespräch, Geschäftsführerstammtisch, Unternehmerfrühstück
- **DONAURIES ExpertenTipps - Beratungsangebote**
 - Sprechstunde der Aktivsenioren & Kultur- und Kreativschaffende
- **Sonstige Unterstützung/Angebote**
 - Berufswegekompas, Azubi-Knigge

Projekte

- **Arbeit im DONAURIES** - Jobsuchmaschine für regionale freie Stellen
- **Auszeichnungen** - Label TOP-Arbeitgeber DONAURIES
- **Leben im DONAURIES** - Geschichten, die berühren
- **DONAURIES informiert** - Veranstaltungsreihe zum Thema Fachkräftesicherung und Fachkräftegewinnung
- **Angebote für Markenpartner**
 - Unsere Glückstreffer - Menschen im DONAURIES, DONAURIES Social-Media-Werbung, DONAURIES Partner Big Prints, Firmenportraits auf dem Wirtschaftsportal
- **Online Marketing Kampagnen – Google Ads, Facebook, Instagram**



Ansprechpartner

Dr. Celine Schulz

Marketingmanagerin & Projektmanagerin

Tel.: 0906 74-371

Fax: 0906 74-43371

E-Mail: celine.schulz@wirtschaft-donauries.bayern

Laura Turbany

Social-Media Managerin & Projektmanagerin

Tel.: 0906 74-548

Fax: 0906 74-43548

E-Mail: laura.turbany@wirtschaft-donauries.bayern

Die bayerische Wirtschaft

Fachkräfte- sicherung FKS+

vbw

Online-Workshop: Azubi-Recruiting - funktioniert auch in Zeiten von Corona!
In Kooperation mit dem Wirtschaftsförderverband DONAURIES e.V.

Anna Felfeli, Projektkoordinatorin Schwaben – Taskforce FKS+

www.vbw-bayern.de/fks

Die Akteure

Projektinitiatoren

vbw
Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e. V.



Die bayerische
Wirtschaft

Bayerische Staatsregierung

Bayerische Staatsregierung



Projektpartner

Bundesagentur für Arbeit
Regionaldirektion Bayern



Bundesagentur für Arbeit
Regionaldirektion Bayern

Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie



Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie

Umsetzungspartner

**Unternehmensgruppe des Bildungswerks
der Bayerischen Wirtschaft**



Die Initiative FKS+ im Überblick

Die vbw Initiative FKS+ für zusätzliche Fachkräfte in Bayern.
Fünf Säulen definieren die Handlungsfelder.



→ Qualifizierte Fachkräfte für alle Branchen in Bayern in ausreichender Zahl dauerhaft sichern.



Taskforce FKS+

Zentrale Steuerung

Tabea Hoffmann

Gesamtkoordination

M 0151-625 137 27

tabea.hoffmann@fks-plus.de

Digitalisierung + Arbeiten 4.0

Jörg Schilberger

Projektkoordination

M 0170-653 38 00

joerg.schilberger@fks-plus.de

Fachkräfte aus dem Ausland

Sönke Lungfiel

Projektkoordination

M 0170-653 29 16

soenke.lungfiel@fks-plus.de

Mittelfranken

Lisa Garcia de la Garza

Projektkoordination

M 0170-653 05 65

lisa.garcia@fks-plus.de

Oberfranken

Christiane Alter

Projektkoordination

M 0152-56 88 40 68

christiane.alter@fks-plus.de

Unterfranken

Stefan Hohmann

Projektkoordination

M 0170-224 17 84

stefan.hohmann@fks-plus.de

Niederbayern

Wolfgang Werner

Projektkoordination

M 0170-627 12 44

wolfgang.werner@fks-plus.de

Oberpfalz

Kathrin Kromas

Projektkoordination

M 0170-652 73 78

kathrin.kromas@fks-plus.de

Oberbayern

Alice Bussmann

Projektkoordination

M: 0170-653 14 33

alice.bussmann@fks-plus.de

Schwaben

Anna Felfeli

Projektkoordination

M 0170-653 16 23

anna.felfeli@fks-plus.de

Taskforce FKS+

Leistungen auf einen Blick →

- 1 Analyse Ihres Bedarfs →
- 2 Qualifizierung von Beschäftigten / →
Entwicklung von Qualifizierungsstrategien
- 3 Beratung zu Fördermitteln →
- 4 Passgenaue Vermittlung von Fachkräften
aus dem Inland →
- 5 Unterstützung bei der Beschäftigung von
Fachkräften aus dem Ausland →
- 6 Digitalisierung und Arbeiten 4.0 →

- 3 zentrale
Ansprechpartner*innen
- Gesamtkoordination
 - Digitalisierung + Arbeiten 4.0
 - Fachkräfte aus dem Ausland

- 7 regionale
Ansprechpartner*innen
- Mittelfranken
 - Niederbayern
 - Oberbayern
 - Oberfranken
 - Oberpfalz
 - Schwaben
 - Unterfranken



Kurz-Umfrage im Chat:



Frage 1

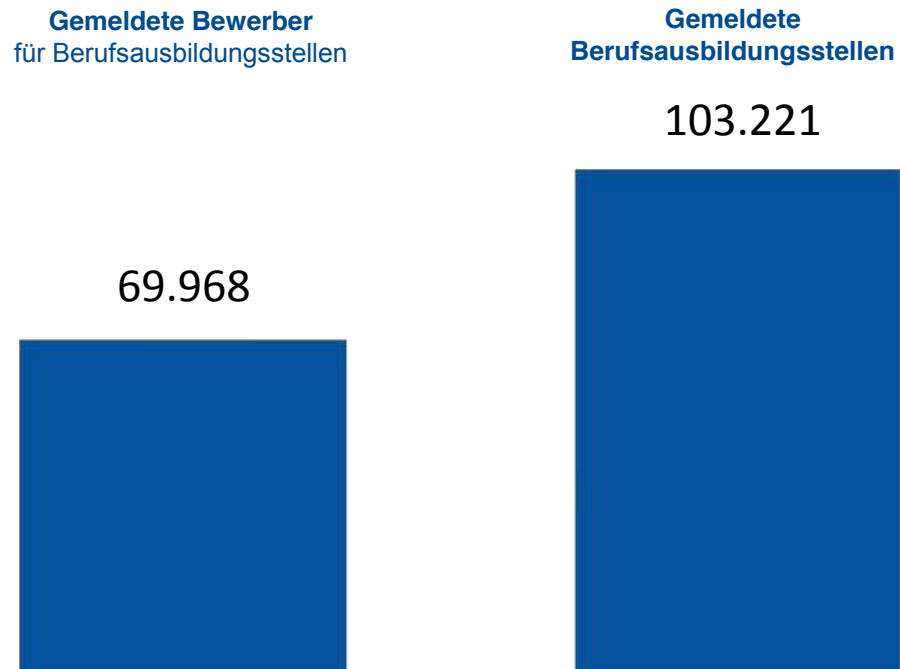
Haben Sie für den Ausbildungsstart 2020 ausreichend geeignete Bewerbungen erhalten?

Frage 2

Planen Sie für 2021 an der üblichen Anzahl Ihrer Ausbildungsplätze festzuhalten?

Der Ausbildungsmarkt im September 2020 in Bayern

(Quelle: Bundesagentur für Arbeit)



„Es ist sehr erfreulich, dass die bayerische Wirtschaft weiter auf Ausbildung setzt. [...] Trotz der bestehenden Unsicherheiten muss die Ausbildung der Nachwuchskräfte weitergehen. Corona ist irgendwann vorbei [...] und der jetzt eingestellte Azubi ist in drei Jahren die fertige Fachkraft.“

(Quelle: PM der Regionaldirektion Bayern der Bundesagentur für Arbeit am 25.05.2020, Zitat von Ralf Holtzwardt, Vorsitzender der Geschäftsführung der RD der BA).

Situation auf dem Ausbildungsmarkt in Bayern

Quelle: Regionaldirektion Bayern und Agentur für Arbeit Donauwörth, 30.09.2020

Bayern	2019 / 2020	Veränderung zum Vorjahr
gemeldete Ausbildungsplätze	103.221	-6,7 %
gemeldete Bewerber für Berufsausbildungsstellen	69.968	-6,4 %

→ Berufsausbildungsstellen je Bewerber: 1, 48 (Bundesweit: 1,12)

→ 57 Prozent der gemeldeten Bewerber mündeten in eine Berufsausbildung (30.09.)

Donau-Ries	2019 / 2020	Veränderung zum Vorjahr
gemeldete Ausbildungsplätze	1.545	-5,4 %
gemeldete Bewerber für Berufsausbildungsstellen	1.029	-7,7 %

→ Berufsausbildungsstellen je Bewerber: 1, 5 (Bundesweit: 1,12)

→ 68 Prozent der gemeldeten Bewerber mündeten in eine Berufsausbildung (30.09.)

Azubi-Recruiting – funktioniert auch in Zeiten von Corona!

Referent: Simon Klingenmaier

Unterstützung bei der Besetzung von Ausbildungsplätzen

Wir beraten Sie virtuell und vor Ort zu zeitgemäßen Rekrutierungsstrategien und unterstützen Sie mit individuellen Services in Ihrer Region.

Unser Angebot

- Individuelle Beratung für Unternehmen
- Ermittlung des konkreten Unterstützungsbedarfs
- Beratung zu zeitgemäßen Rekrutierungsstrategien
- Tipps zur Optimierung von Stellenanzeigen
- Unterstützung bei virtuell durchgeführten Vorstellungsgesprächen
- Begleitung von Kandidat*innen und Unternehmen vor, während und nach der Vermittlung
- Vernetzungs- und Kooperationsmöglichkeiten, z. B. mit SCHULEWIRTSCHAFT Bayern
- Information und Beratung zum Bundesprogramm „Ausbildungsplätze sichern“

Bundesprogramm „Ausbildungsplätze sichern“

Ziel

- Finanzielle Unterstützung für kleine und mittlere Unternehmen (KMU), die in erheblichem Maße von der COVID 19 Pandemie betroffen sind
- Ausbildungsplatzangebot der betroffenen KMU stabilisieren
- Perspektiven für junge Menschen am Ausbildungsmarkt sichern

Wer ist grundsätzlich antragsberechtigt?*

- Kleine und mittlere Unternehmen
- mit bis zu 249 Beschäftigten,
 - die eine Berufsausbildung in anerkannten Ausbildungsberufen oder
 - in den bundes- und landesrechtlich geregelten praxisintegrierten Ausbildungen im Gesundheits- und Sozialwesen durchführen.

* Die genauen Fördervoraussetzungen sind der ersten Förderrichtlinie für das Bundesprogramm „Ausbildungsplätze sichern“ zu entnehmen.

→ Anträge können bei der örtlichen Agentur für Arbeit gestellt werden. Die Formulare finden Sie unter diesem Link.

Bundesprogramm „Ausbildungsplätze sichern“

Welche finanziellen Unterstützungsleistungen sind vorgesehen?

Ausbildungsprämie für jeden im Ausbildungsjahr 2020/2021 geschlossenen Ausbildungsvertrag bei Erhalt des Ausbildungsniveaus (Vergleich mit Durchschnitt der Ausbildungsjahre 2017 bis 2019)

2.000 Euro

Ausbildungsprämie plus für jeden zusätzlichen Ausbildungsvertrag bei Erhöhung des Ausbildungsniveaus (Vergleich mit Durchschnitt der Ausbildungsjahre 2017 bis 2019)

3.000 Euro

Förderung bei Vermeidung von Kurzarbeit während der Ausbildung

75 % der Brutto-
Ausbildungsvergütung

Übernahmeprämie für Auszubildende aus pandemiebedingt insolventen Betrieben

3.000 Euro

Durchführung einer Auftrags- oder Verbundausbildung für eine Dauer von mindestens 6 Monaten*

4.000 Euro

* Anträge können bei der Knappschaft-Bahn-See gestellt werden. Die Formulare finden Sie unter diesem Link →

→ Weitere Informationen zur Ausbildungsförderung finden Sie unter diesem Link.

Antragstellung (Ausbildungs- und Übernahmeprämie, Zuschuss zur Ausbildungsvergütung)

Formulare, Informationen und Upload-Möglichkeit: <https://www.arbeitsagentur.de/unternehmen/finanziell/bundesprogramm-ausbildungsplaetze-sichern>

Arbeitgeber-Service der Agentur für Arbeit Donauwörth

Rosemarie Kramer

Telefon: 0906 788-141

E Mail: Donauwoerth.Arbeitgeber@arbeitsagentur.de

Antragsstellung „Förderung von Auftrags- und Verbundausbildung“

Die Umsetzung erfolgt durch die Knappschaft Bahn See https://www.kbs.de/DE/Bundesprogramm_Ausbildung/node.html

Antragstellung

Ihre Fragen



Online-Feedbackbogen



[Link zum Online-Feedbackbogen](#)

Netzwerken in virtuellen Räumen



Die bayerische Wirtschaft

Fachkräfte- sicherung FKS+

vbw

Online-Workshop: Azubi-Recruiting - funktioniert auch in Zeiten von Corona!
In Kooperation mit dem Wirtschaftsförderverband DONAURIES e.V.

Anna Felfeli, Projektkoordinatorin Schwaben – Taskforce FKS+

www.vbw-bayern.de/fks



Azubi-Recruiting in Zeiten von Corona – starten Sie jetzt digital durch!

Simon Klingenmaier und Martina Schwarz (ISO-Gruppe)





Programm:

- Aktuelle Marktlage
- 5 Azubi-Recruiting Basics
- Aktuelle Herausforderungen und Lösungen
- 5 Kreative Ideen
- Reichweite generieren
- 10 To-Dos für die digitale Sichtbarkeit
- Feedback und Abschluss
- Ausklang in digitalen Räumen

Bild: <https://www.digital-management-blog.de/wp-content/uploads/2018/03/it-tasks-1000x700.jpg>



KURZ-VORSTELLUNG

Unsere Recruiting- Expertise



Simon Klingenmaier



Martina Schwarz

- Jahrelange Recruiting-Erfahrung
- Durch internes und externes Recruiting guter Überblick über den Arbeitsmarkt
- Testen und Nutzen von neuen Trends und Methoden
- Social Media Recruiting und Active Sourcing
- Branchenübergreifend vernetzt durch das Personalernetzwerk Mainfranken

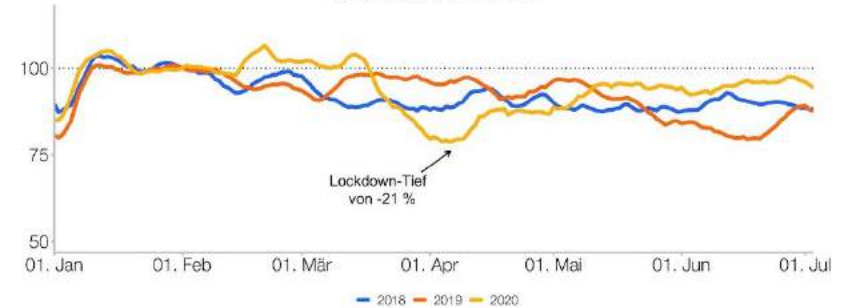
Aktuelle Marktlage



Marktlage aktuell

Azubis suchen wieder fast wie vor Corona

Suchanfragen nach Ausbildungsplätzen auf Indeed
Anteil an Azubi-Suchanfragen an allen Suchanfragen auf Indeed (Deutschland),
gleitender Durchschnitt (7 Tage), indexiert zum 01. Februar (= 100),
Daten bis zum 03. Juli



Quelle: Indeed



Marktlage aktuell

Rückgang der ausgeschriebenen Ausbildungsstellen

Azubi-Stellenausschreibungen auf Indeed, Deutschland
Gleitender Durchschnitt (7 Tage), Daten bis zum 03. Juli, 01. Februar = 100



-6 % am 03. Juli 2020
im Vergleich zur
Vorjahresentwicklung

Quelle: Indeed



Marktlage aktuell

Rückgang der ausgeschriebenen
Ausbildungsstellen stark branchenabhängig

Auswirkungen der Corona-Krise auf den Ausbildungsmarkt Stellenausschreibungen für Ausbildungsplätze auf Indeed, Deutschland, %-Veränderung 2020 vs. 2019, gleitender Durchschnitt (7 Tage), Daten bis zum 03. Juli

	Corona-Effekt (ohne Vorkrisen-Entwicklung)	Inkl. Vorkrisen-Entwicklung
Augenoptiker*innen	97 %	84 %
Hörakustiker*innen	46 %	79 %
Pflegfachpersonen	14 %	9 %
Kaufleute Versicherungen und Finanzen	3 %	16 %
Verkäufer*innen	-1 %	16 %
Abiturientenprogramm Einzelhandel, Handelfachwirt*innen	-3 %	30 %
Fachverkäufer*innen Lebensmittelhandel Wurst- und Fleischwaren	-5 %	-11 %
Kaufleute Einzelhandel	-5 %	-2 %
Industriemechaniker*innen	-9 %	-16 %
Elektroniker*innen (Betriebstechnik)	-10 %	-20 %
Kaufleute Büromanagement	-10 %	-20 %
Kaufleute Groß- und Außenhandel	-12 %	-10 %
Fachinformatiker*innen	-13 %	-14 %
Duales Studium (alle Fachrichtungen)	-14 %	-21 %
Fachlagerist*innen	-15 %	-16 %
Fachkräfte Lagerlogistik	-16 %	-15 %
Kraftfahrzeugmechatroniker*innen	-16 %	-15 %
Elektroniker*innen (keine Betriebstechnik)	-16 %	-16 %
Bankkaufleute	-18 %	-44 %
Industriekaufleute	-19 %	-19 %
Abiturientenprogramm/Fachwirt*innen Vertrieb	-21 %	-13 %
Berufskraftfahrer*innen	-22 %	-29 %
Mechatroniker*innen	-27 %	-30 %
Köch*innen	-35 %	-33 %
Hotelfachleute	-44 %	-52 %

Quelle: Indeed



Marktlage aktuell

Wunsch nach Ausbildung etwas stärker als Wunsch nach Studium

Interesse (Schüler:innen; in %) an ...
einer Ausbildung/Lehre

einem Studium



Marktlage aktuell

Angst durch Corona keinen Ausbildungsplatz zu bekommen

Aktuelle Chancen (in %) auf einen ... Ausbildungsplatz

Die Chancen auf einen Ausbildungsplatz ...



„Wieder ganz allgemein: Wie stehen die Chancen bei der Suche nach einem Ausbildungsplatz im Augenblick, also in Corona-Zeiten?“ (gestützt)
Basis: n = 1.700 14- bis 20-Jährige

Studienplatz

Die Chancen auf einen Studienplatz ...

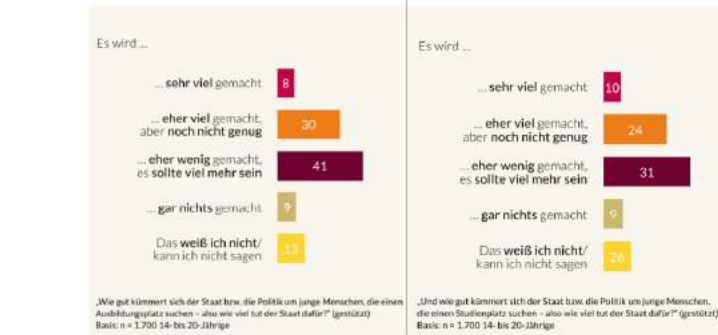


„Wieder ganz allgemein: Und wie stehen die Chancen bei der Suche nach einem Studienplatz im Augenblick, also in Corona-Zeiten?“ (gestützt)
Basis: n = 1.700 14- bis 20-Jährige

Marktlage aktuell

Wunsch nach mehr Unterstützung durch die Politik

Einschätzung (in %) des Engagements der Politik für ...



Ausbildungsperspektiven

Quelle: Bertelsmann, J., Hüsch, D., & Wietend, C. (2020). Ausbildungsperspektiven in Zeiten von Corona. Berlin: Bertelsmann.

Marktlage aktuell

Mehrheit schätzt Anzahl der Ausbildungsplätze als ausreichend ein

Einschätzung der Anzahl der Ausbildungsplätze (in %)

„Jetzt geht es um das Thema Ausbildung ganz allgemein: Gibt es deiner Ansicht nach in Deutschland ...“ (gestützt)
Basis: n = 1.700 14- bis 20-Jährige

Es gibt ...	Total n = 1.700	Schulbildung		
		niedrig n = 306	mittel n = 544	hoch n = 850
... eher zu viele Ausbildungsplätze	7	7	7	7
... ausreichend Ausbildungsplätze	45	40	46	46
... eher zu wenige Ausbildungsplätze	33	44	34	29
Das weiß ich nicht/ kann ich nicht sagen	15	10	14	18

Ausbildungsperspektiven

10

Quelle: Bertelsmann, J., Ulrich, D., & Wewel, C. (2020). Ausbildungsperspektiven in Zeiten von Corona.

Marktlage aktuell

Bewerbungsgespräche wurden aufgrund der Corona-Lage abgesagt

Erfahrungen mit Absagen von Bewerbungsgesprächen
(Jugendliche auf Ausbildungsplatzsuche; in %)

„Ist es vorgekommen, dass bei dir Bewerbungsgespräche wegen Corona und der Kontaktbeschränkungen abgesagt wurden?“ (gestützt) Basis: n = 63 14- bis 20-Jährige, die aktuell einen Ausbildungsplatz suchen	Total	Schulbildung			
	n = 63	niedrig n = 11	mittel n = 36	hoch n = 16	
Ja, ein Bewerbungsgespräch	13	13	18	14	6
Ja, mehrere Bewerbungsgespräche	33	33	55	33	25
Nein, das bzw. die Bewerbungsgespräche haben (alle) stattgefunden	24	24	9	28	31
Ich hatte bisher noch keine Einladung zum Bewerbungsgespräch	30	30	27	28	38

Marktlage aktuell

Wunsch nach mehr Unterstützung generell

Wunsch nach Unterstützung bei der Ausbildungsplatzsuche (in %)

	Total n = 239	Schulbildung		
		niedrig n = 61	mittel n = 111	hoch n = 66
Ja, mehr Unterstützung wäre gut (gewesen)	38	25	41	42
Teils teils	31	28	33	27
Nein, die Unterstützung ist bzw. war ausreichend	32	48	25	29

„Mal ganz generell: Wünschst du dir mehr Unterstützung bei der Suche nach einem Ausbildungsplatz bzw. hättest du gerne mehr Unterstützung dabei gehabt – ganz egal, von wem?“ (gestützt)
Basis: n = 239 14- bis 20-Jährige, die einen Ausbildungsplatz suchen, gefunden haben oder sich in Ausbildung befinden



Kandidat*innenmarkt

Die Kandidat*innen haben die Wahl

- 2018 wurde 57,2 % der befragten Jugendlichen mehr als ein Arbeitsplatz angeboten
- 2019 ist die Zahl auf 74,9 % angestiegen



Quelle: <https://www.saatkorn.com/alles-zu-den-azubi-recruiting-trends-2019/>

Bild: -ca href="https://de.freepik.com/fotos-vektoren-kostenlos/mann">Mann Foto erstellt von drobotdean - de.freepik.com

Arbeitszeit

Work-Life-Balance ist wichtig

- Die Vereinbarkeit von Freizeit und Beruf ist den Befragten wichtig:
- 70,4 % der Schüler*innen, Bewerber*innen und Azubis wollen keine Schichtarbeit
- 90,6 % möchten zudem freie Wochenenden haben

Quelle: <https://www.saatkorn.com/alles-zu-den-azubi-recruiting-trends-2019/>

Bild: Wolke Foto erstellt von kjpargeter - de.freepik.com



Geld

Die Ansprüche steigen

- 68,8 % der Bewerber*innen ist eine hohe Ausbildungsvergütung wichtig
- 85,5 % legen Wert auf langfristig gute Verdienstperspektiven



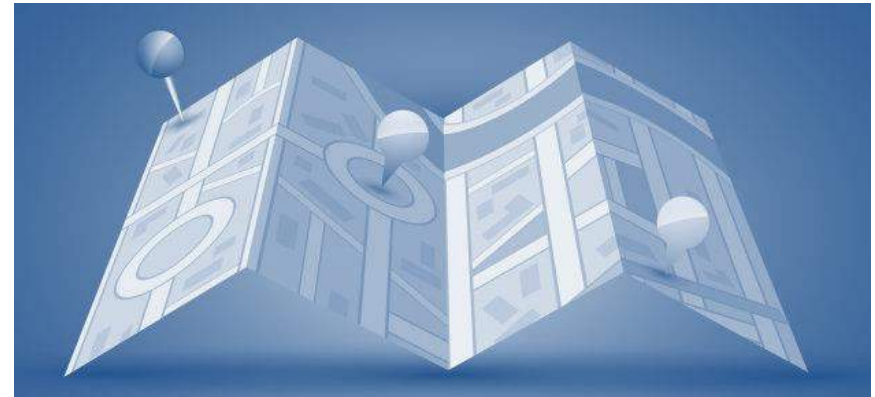
Quelle: <https://www.saatkorn.com/alles-zu-den-azubi-recruiting-trends-2019/>

Bild: Hintergrund Foto erstellt von freepik - de.freepik.com

Mobilität

Heimatnah ist die Devise

- 63,1 % der Befragten bewerben sich um eine Ausbildung im Umkreis von 30 km



Quelle: <https://www.saatkorn.com/alles-zu-den-azubi-recruiting-trends-2019/>
Bild: <https://de.freepik.com/fotos-vektoren-kostenlos/muster/> - Muster Vektor erstellt von pinnacleanimates - de

Ausbildungsplatzsuche

Online, online, online

- 84,3 % der Befragten geben ihren Ausbildungswunsch bei Google ein
- 54,8 % suchen bei der Jobbörse der Agentur für Arbeit
- 51,7 % nutzen andere kostenpflichtige Jobbörsen wie AUBI-plus oder Ausbildung.de



Quelle: <https://www.saatkorn.com/alles-zu-den-azubi-recruiting-trends-2019/>

Bild: Schule Foto erstellt von freepik - de.freepik.com/

Fazit

Facts schon vor Corona

- Weniger Kandidat*innen als Ausbildungsplätze
- Ansprüche sind gestiegen
- Eingeschränkte Mobilität
- Kandidat*innen suchen online



Bild: Geschäft Foto erstellt von pressfoto - de.freepik.com

Und jetzt auch noch Corona!

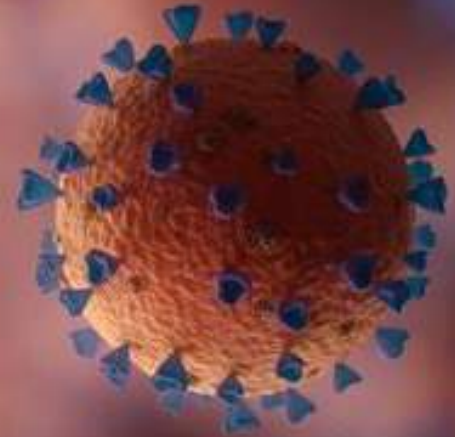


Bild: <https://de.freepik.com/fotos-vektoren-kostenlos/design>">Design Foto erstellt von freepik - de.freepik.com

Durch Corona

Das hat sich geändert

- 80 % der Bewerber*innen fühlen sich von Ausbildungsbetrieben nicht ausreichend informiert
- 59 % haben Angst, dass sie aufgrund der Corona-Krise keinen Ausbildungsplatz bekommen
- 8 % haben aufgrund der Corona-Krise ihren Ausbildungsplatz verloren
- Für 56 % verzögern sich die Bewerbungsprozesse

Quelle: <https://persoblogger.de/download/auswirkung-der-corona-krise-auf-ausbildungsplaetze/>
Studie von www.ausbildung.de

Kommunikation

Digital, online und aktiv

- 72 % finden es nicht schlimm, wenn Bewerbungsgespräche als Videocall stattfinden müssen
- 42 % wollen an digitalen Bewerber*innentagen teilnehmen
- 74 % googlen nach Ausbildungsplätzen
- 29 % wollen mehr Social-Media nutzen
- 32 % wollen an digitalen Jobmessen teilnehmen
- 25 % wollen Unternehmen persönlich kontaktieren

Quelle: <https://persoblogger.de/download/auswirkung-der-corona-krise-auf-ausbildungsplaetze/>
Studie von www.ausbildung.de

Azubi-Recruiting Basics

Das war auch vor Corona so



Top 1:

Kommunikation

Die Besonderheit beim Azubi-Recruiting

- Eltern sind meist maßgeblich bei der Suche nach dem passenden Ausbildungsberuf und der Auswahl des passenden Unternehmens beteiligt
- **Die Kommunikation muss auf zwei Generationen ausgerichtet werden**



Bild: Schule Foto erstellt von freepik - de.freepik.com

Top 1:

Kommunikation

Die Besonderheit beim Azubi-Recruiting

- Auswirkung auf
 - **Wording / Ansprache**
Du oder Sie
 - **Kommunikationskanäle**
Facebook oder Instagram
 - **Darreichungsform der Informationen**
ausführlich und faktenorientiert oder kurz, knapp und emotional

Top 2:

Kontaktpunkte

Dort hingehen, wo die Zielgruppe ist
(online und offline)

- Schule / Weg zur Schule
- Freizeit, Hobby
- Social-Media
- Medien allgemein



Bild: Menschen Foto erstellt von rawpixel.com - de.freepik.com

Top 3:

Authentisch sein

Nicht anbieten oder peinlich sein

- Jugendliche haben einen feinen Fühler dafür
- Wenn es klingt, wie wenn es die Eltern ihnen einreden wollen, funktioniert es nicht
- Keinen Berufsjugendlichen spielen



Bild: Menschen Foto erstellt von rawpixel.com - de.freepik.com

Top 4:
Gleichaltrige sprechen lassen

Kommt glaubwürdiger rüber

- Gleichaltrige Azubis sprechen lassen
- Beim Wording der Botschaften die Azubis mit einbeziehen
- Lieber etwas unprofessioneller und weniger „weichgespült“



Bild: Mode Foto erstellt von freepik - de.freepik.com

Top 5:

Ausbildungsberufe übersetzen

Wer kann sich schon was unter einem
Flachglastechnologen vorstellen?

- Berufsbezeichnungen sind oft abstrakt
- Fragestellungen beantworten
- Was macht man in diesem Beruf?
- Für wen ist der Beruf das Richtige?
- Was muss man können?
- Wie sieht das Ergebnis aus?



Bild: Geschäft Foto erstellt von freepik - de.freepik.com

Interaktive Umfragen

So geht's

- www.menti.com am PC, Notebook oder Handy aufrufen
- Umfragennummer eingeben



Please enter the code

Submit

The code is found on the screen in front of you

Bild: Geschäft Foto erstellt von freepik - de.freepik.com

Was ist für Sie das Wichtigste im Azubi-Recruiting?



Azubi-Recruiting aktuell

Herausforderungen und Lösungen



Das fällt aktuell weg oder muss neu gedacht werden

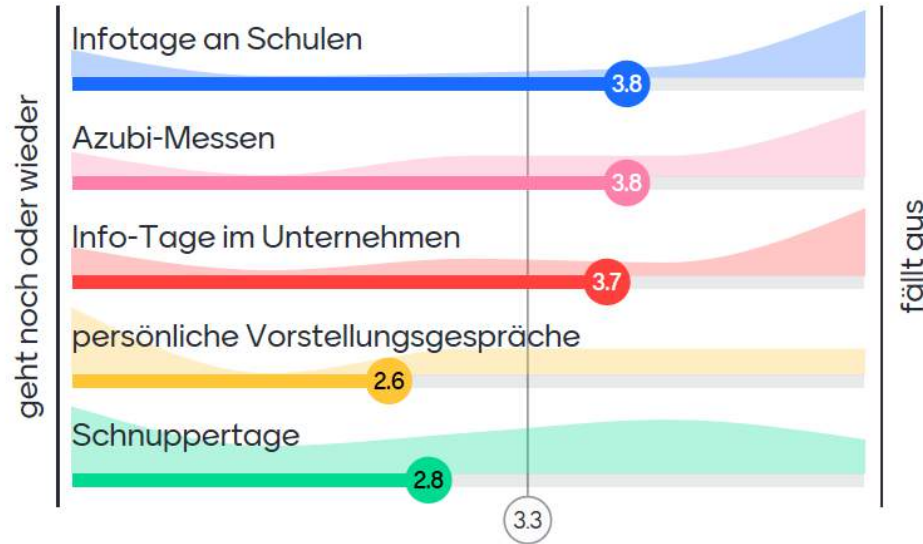
Einstellen auf die aktuelle Lage ist notwendig

- Berufsinformationstage an Schulen
- Berufsinformationstagen
- Schnupper- und Infotage in Unternehmen
- Persönliche Vorstellungsgespräche
- Alles, was persönliche Kommunikation erfordert und wo viele Menschen zusammen kommen

Neu denken!

- Was geht digital?
- Was geht weiterhin, nur etwas anders oder unter Berücksichtigung von Vorsichtsmaßnahmen?
- Was machen jetzt die Kandidat*innen?
- Wie werden wir digital gefunden?
- Was gefällt der Zielgruppe sogar besser?

Das geht noch oder wieder und das nicht



Kreative Ideen fürs Azubi-Recruiting

Neue Wege gehen



Kandidat*innen begeistern

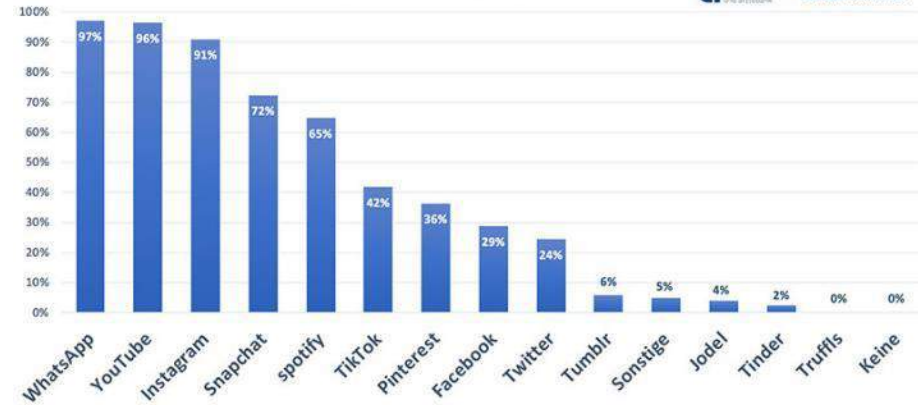
Make it digital

- Digital Natives wollen digital begeistert werden
- Kandidat*innen finden eher Messen, Infotage, Aushänge, Zeitungsanzeigen und Vorstellungsgespräche befremdlich
- Kandidat*innen haben kein Problem mit Videointerview! – Personaler*innen vielleicht schon?
- Passende Kanäle für Information und Kommunikation wählen

Social-Media-Kanäle

Hier ist die Zielgruppe unterwegs

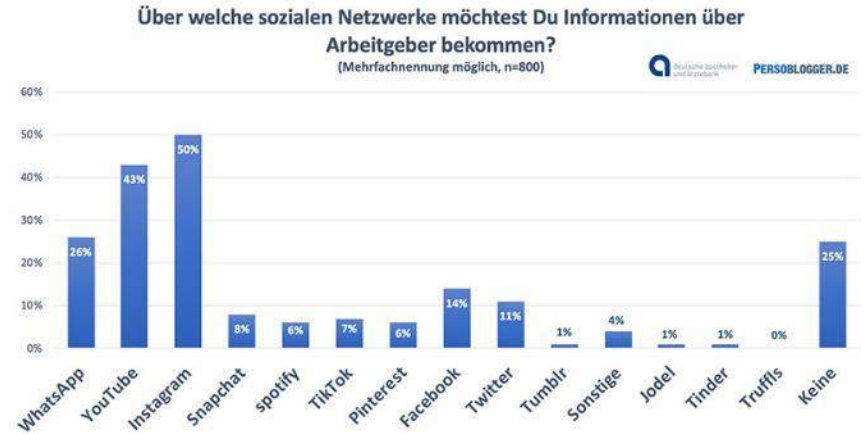
Welche sozialen Netzwerke nutzt Du zumindest gelegentlich?
(Mehrfachnennung möglich, n=800)



Quelle: <https://persoblogger.de/wp-content/uploads/2020/06/social-media-nutzung.jpg>

Social-Media-Kanäle

Hier ist die Zielgruppe offen für Infos



Kommunikation der Generation Z

- Bevorzugtes Medium / Device: Smartphone
- Bevorzugen Microlearning, Gamification und Videocontent



Bild: [ca href="https://de.freepik.com/fotos-vektoren-kostenlos/menschen">Menschen Foto erstellt von freepik - de.freepik.com](https://de.freepik.com/fotos-vektoren-kostenlos/menschen)

Kreative Ideen im Azubi-Recruiting

So oder so ähnlich kann's funktionieren



Idee 1: Online-Karrieretag



Bild: <https://de.freepik.com/fotos-vektoren-kostenlos/menschen>>Menschen Foto erstellt von rawpixel.com - de.freepik.com

Idee 1:

Online-Karrieretag

- Wenn er nicht von Schulen organisiert wird, vielleicht zusammen mit anderen Unternehmen aus der Stadt, Gemeinde oder Region initiieren
- Gemeinsame Reichweite nutzen und innovativ sein
- Firmen stellen sich an digitalen Messeständen vor
- Besucher können per Chat oder Video Fragen stellen
- Agentur für Arbeit und andere Stellen einbeziehen

Idee 2:
WhatsApp oder Instagram-
Schnuppertag



Bild: <https://de.freepik.com/fotos-vektoren-kostenlos/menschen> Foto erstellt von freepik.com

Idee 2:

WhatsApp oder Instagram- Schnuppertag

- Interessierte können sich dazu anmelden
- Aktuelle Azubis berichten einen Tag oder eine Woche live aus ihrem Alltag
- Interessierte können kommentieren und Fragen stellen
- Mit Konzept, aber nicht gestellt, gestelzt oder weichgespült

Idee 3:
**Schnupperworkshop
digital**



Idee 3:

Schnupperworkshop digital

- Praktische Beispiele aus dem Beruf werden live vorgestellt
- Interessierte können sich spielerisch den Fragestellungen und Herausforderungen des Berufs nähern
- Echte Azubis und Ausbilder*innen sprechen lassen
- Umsetzung über Zoom oder Webex

Idee 4:
**Auswahl-Assessment-
Center online inkl.
Workshop**



Bild: <https://de.freepik.com/fotos-vektoren-kostenlos/bildung> Foto erstellt von
pressfoto - de.freepik.com

Idee 4:

Auswahl-Assessment- Center online inkl. Workshop

- Aktuelle Kandidat*innen werden zu Sammelvorstellungsgespräch online eingeladen
- Unternehmen und Beruf wird vorgestellt
- Kennenlernen und Fragerunde zu allgemeinen Themen
- Austausch, Erarbeiten, Fragen und Erleben des Berufs in digitalen Kleingruppen mit den aktuellen Azubis

Idee 5:
Interaktiver Test zum
Ausbildungsberuf



Bild:Geschäft Foto erstellt von freepik - de.freepik.com

Idee 5:

Interaktiver Test zum Ausbildungsberuf

- Spielerisches Kennenlernen des Ausbildungsberufs mit interaktivem Test, Quiz oder Spiel
- Abschluss mit Ranking, Award oder kleinem Gewinn und unkomplizierter Bewerbung oder einer Interessensbekundung
- Bewerbung mal anders

Reichweite generieren

Die Bringschuld des Ausbildungsbetriebs



Bild: <https://lnkd.in/dPBvWC9>

Reichweite selbst in die Hand nehmen

Warten Sie nicht darauf, dass es andere tun!

- Streuen der Informationen bei
- Eigenen Mitarbeiter*innen
- Schulen
- Bildungseinrichtungen
- Institutionen
- Berufsinformationszentrum
- Agentur für Arbeit
- IHK / IHK-Ausbildungsscouts
- Gemeinde, Stadt
- Wirtschaftsförderverband DONAURIES
- Taskforce FKS+

Reichweite selbst in die Hand nehmen

Warten Sie nicht darauf, dass es andere tun!

- Offene Stellen werden von „Ausbildung im DONAURIES“ gescannt



Ausbildung im DONAURIES

Den Beruf finden, der begeistert!

Berufsgruppe	Arbeitsort
#1706kommunikation	NR

Reichweite selbst in die
Hand nehmen
Warten Sie nicht darauf, dass es andere tun!

- Teilnahme an Projektwoche
SchuleWirtschaft



4. DONAURIERER Projektwoche SchuleWirtschaft 2020

Am 26. bis 28. Februar sind nur noch zum ersten Mal die DONAURIERER Projektwoche SchuleWirtschaft, die vom Wirtschaftsförderverband DONAURIERS e. V. organisiert und Schülern und Eltern der Donau-Neusiedl-Gymnasien und der DGS/DSZ Donauwörth offen ist. In der Region bieten die Donauwörthener Betriebe die ideale erste Auszubildenden-Praxis. Im Jahr 2020 werden hier in der Region zum ersten Mal in Form einer weitläufigen Betriebsbesichtigung über die unterschiedlichen Lernfelder in der forstwirtschaftlichen Praxis hinweggeführt und mehr über unsere Betriebe erfahren.

Reichweite selbst in die Hand nehmen

Warten Sie nicht darauf, dass es andere tun!

- Teilnahme am Arbeitgeberlabel „TOP-Arbeitgeber DONAURIES“



Reichweite selbst in die Hand nehmen

Warten Sie nicht darauf, dass es andere tun!

■ Markenpartner werden



The image shows a screenshot of the DONAURIES website. At the top, there is a banner image of a diverse group of people standing in a field, holding a large DONAURIES logo. Below the banner is a navigation bar with links for 'Home', 'Projekt', 'Standort', 'Media', 'Über Uns', and 'Kontakt'. The main content area features a heading 'Werden Sie jetzt Markenpartner' followed by a paragraph of text. To the right, there is a section titled 'Ansprechpartner' with a small portrait of a woman and the name 'Dr. Céline Sibille'.

Werden Sie jetzt Markenpartner

Diese Website führt jedes Jahr Tausende von Sie Projekte an. Engagement und die Grundüberzeugung DONAURIES ist ein Glücksfall. Sie können ein Unternehmen, ein Unternehmen oder ein Unternehmen. Sie arbeiten in der Verwaltung, im Sport oder in der Industrie. Sie sind ein Unternehmen, ein Unternehmen oder ein Unternehmen. Oder Sie möchten ein ganz neues Unternehmen gründen. Werden Sie jetzt ein Markenpartner von DONAURIES?

Als Markenpartner sind Sie ein aktives Teil in der Regenerationsförderung, können eigene Ideen einbringen und an Entscheidungen mitwirken. Auf unserer Website finden Sie alle Informationen und Kontakte zu unseren verschiedenen Projekten. Sie sind ein Markenpartner von DONAURIES.

Ansprechpartner

Dr. Céline Sibille
Ansprechpartner

Digital auffindbar sein

Die Generation Z ist so oder so online

- Anzeigen auf Online-Jobbörsen für Azubis schalten (z. B. Azubiyo, Ausbildung.de, Aubi-plus)
- Ausbildungsstelle auf Online-Jobbörse der Agentur für Arbeit schalten
- Auffindbarkeit optimieren (siehe nächstes Kapitel)



Bild: Menschen Foto erstellt von rawpixel.com - de.freepik.com

Digital auffindbar sein

Die Generation Z ist so oder so online

Welche Online-Portale nutzt Du, um Dich über Ausbildungsplätze oder Angebote für ein duales Studium zu informieren?

(Mehrfachnennung möglich, n=620)

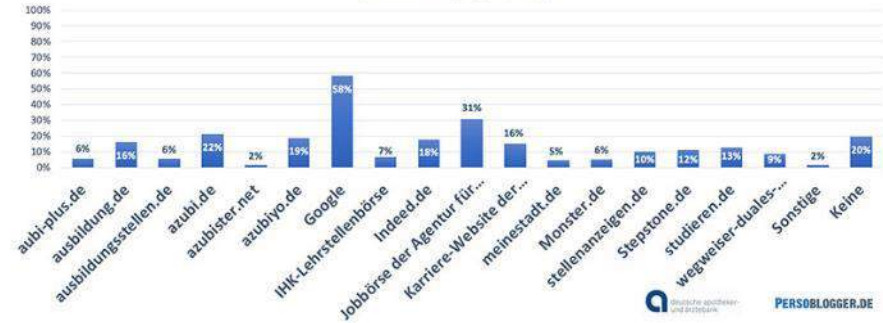


Bild: Menschen Foto erstellt von rawpixel.com - de.freepik.com/

Aufmerksamkeit erzeugen



Bild: https://storage.googleapis.com/leitmotiv-multi/regio-image-2017-03/736867/xtralarge/istock_000043550442_full.jpg

Dort sein, wo die Kandidat*innen sind





Dort sein, wo die
Kandidat*innen
sind

Bild: <https://static.enwork.de/blog/stellenanzeigen-unternehmen/subsections/fallstricke/1-1-high-stellenanzeigen-fallstrick-titelbild.jpg>

Dort sein, wo die
Kandidat*innen
sind



Material: PVC-Banner Frontlit

Bild: <https://static.enwork.de/blog/stellenanzeigen-unternehmen/subsections/fallstricke/1-1-high-stellenanzeigen-fallstrick-titelbild.jpg>

Wo sind Sie für zukünftige Azubis sichtbar?



Dort sein, wo die Kandidat*innen sind

Es gibt noch weitere Möglichkeiten, die Dir Informationen geben können.

Welche hiervon nimmst Du wahr?

(Mehrfachnennung möglich, n=620)

 PERSONBLOGGER.DE



Quelle: <https://persoblogger.de/wp-content/uploads/2020/06/in-app.jpg>

Dort sein, wo die Kandidat*innen sind

WERBEFORMEN/-FORMATE – Top 5 der Unternehmen im Vergleich mit Bewerbern

Frage an Ausbildungsverantwortliche:
In welcher Form bewerben Sie Ihre Ausbildung und versuchen Bewerberinnen und Bewerber zu erreichen?

Frage an Schüler/-innen und Auszubildende:
Mit welchen der folgenden Werbeformen/-formate könnte man dich am besten erreichen?



Quelle: Azubi-Recruiting-Trends 2020 Seite 22 der u-form Testsysteme GmbH & Co KG



Gefunden werden,
wie geht das?

Bild: Mann Foto erstellt von asierromero - de.freepik.com

Hashtag rules

Werden für Suchen und Gefunden werden benötigt

- Zielgruppe mit Persona definieren
- Must-Have- und Nice-to-Have-Kriterien definieren
- Positionstitel checken

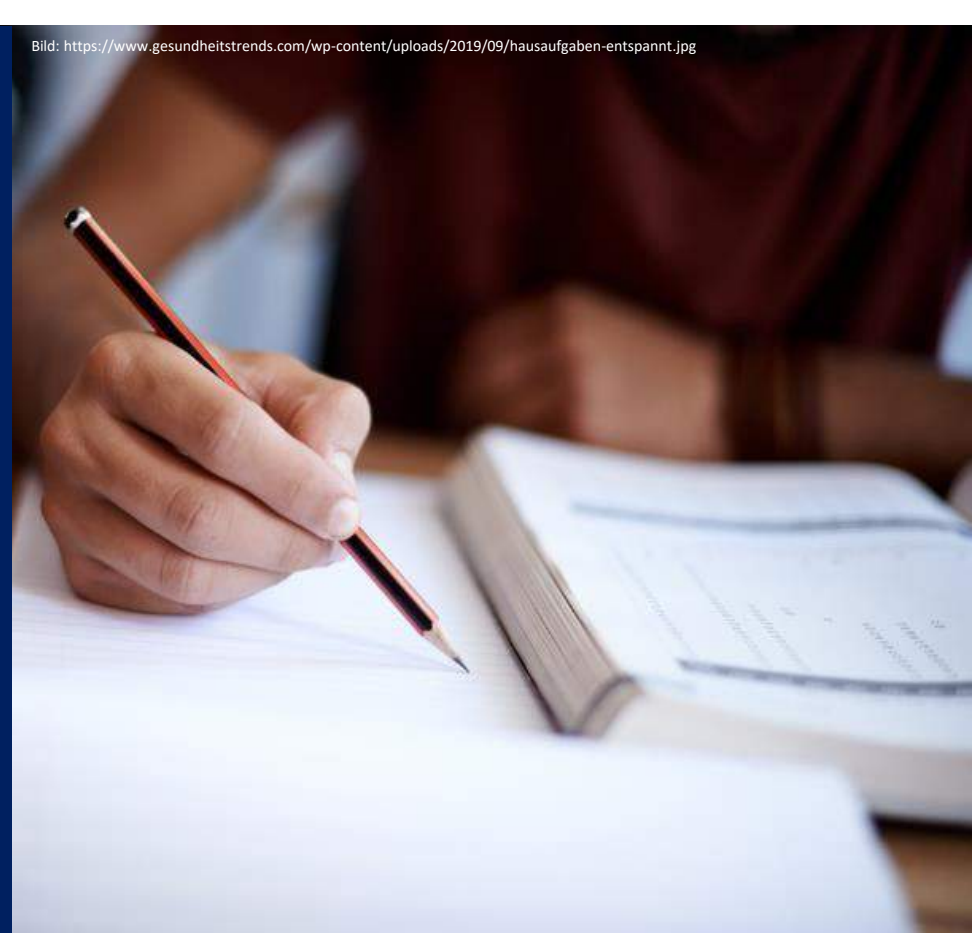


Wofür das alles?

- Stellenbeschreibung
- SEO
- Wahl der Ausschreibungskanäle
- Social-Media-Kampagnen
- Suche / Ansprache
- Matching
- Vorgespräche



Haben Sie Ihre digitalen Hausaufgaben im Recruiting gemacht?



10 To-Dos für mehr Sichtbarkeit

Das muss sitzen!

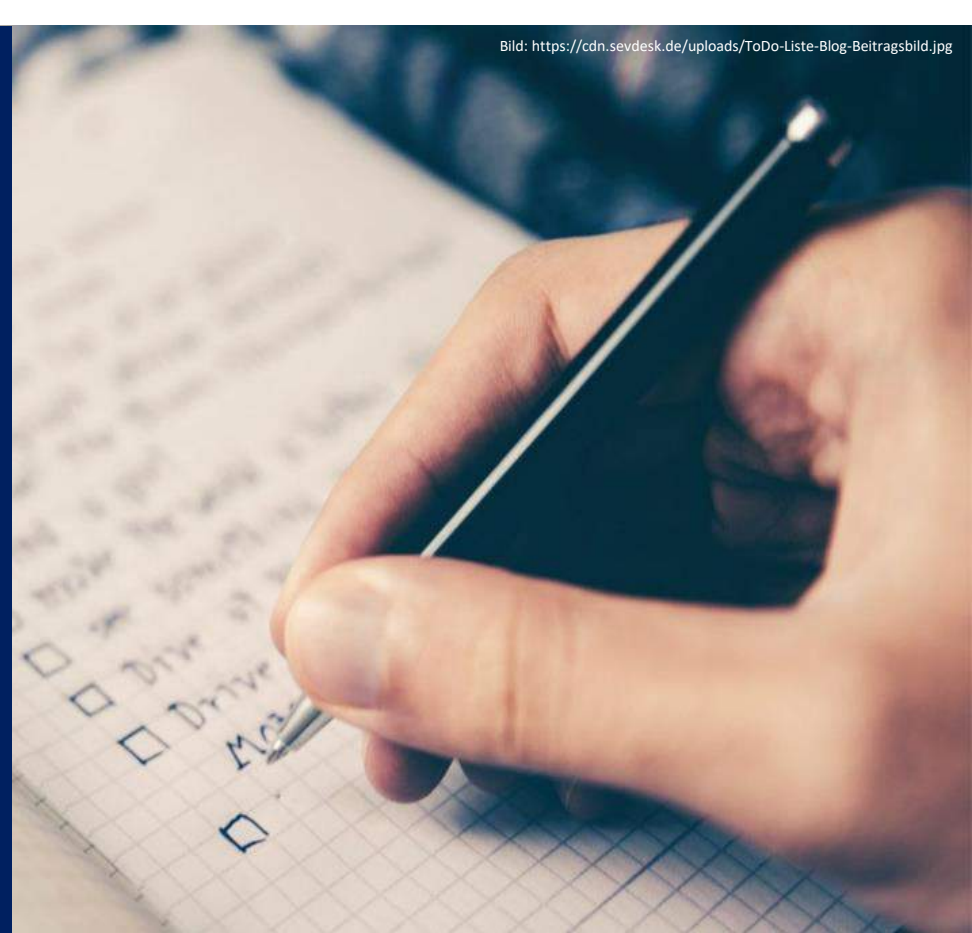


Bild: <https://cdn.sevdesk.de/uploads/ToDo-Liste-Blog-Beitragsbild.jpg>

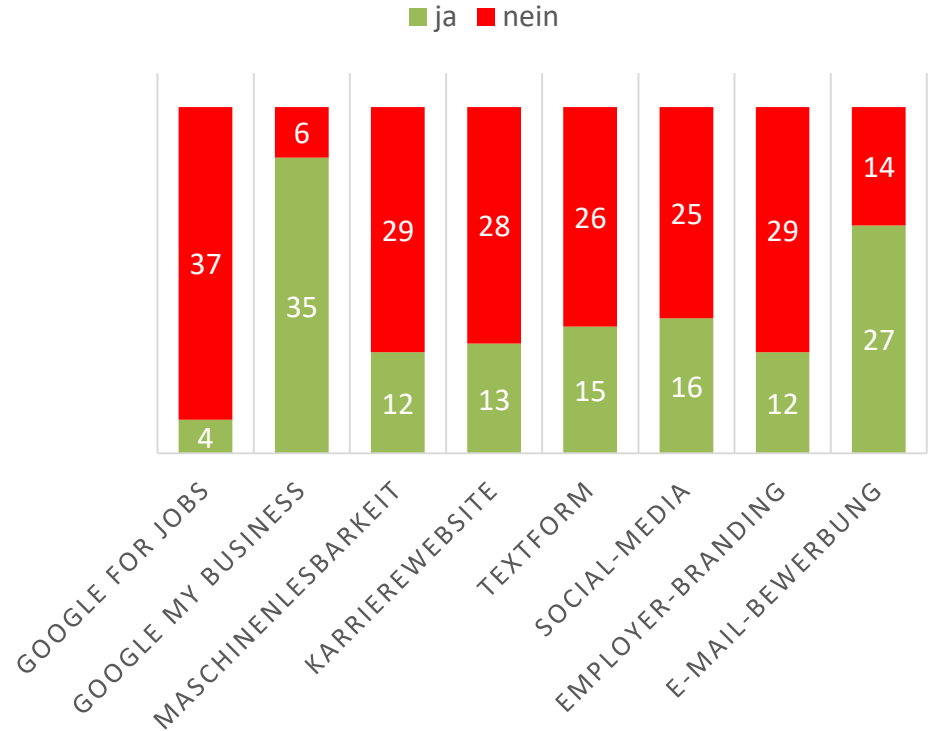
Was nutzen Sie für Ihre digitale Reichweite?



Außensicht

Auswertung, was die
Kandidat*innen sehen

UMSETZUNG TO-DOS



To-Do 1:

Google for Jobs optimierter Stellenmarkt

Ohne geht's nicht mehr



- Wer einen Job sucht, der googelt
- Ziel: Jobinformationen werden von Google direkt vom eigenen Stellenmarkt ohne Umwege und korrekt ausgelesen







To-Do 1:
Google for Jobs
optimierter Stellenmarkt
Ohne geht's nicht mehr

Stellenangebote
• In der Nähe von Würzburg

Letzte 3 Tage Vollzeit ING Deutsche Telekom AG Deutsche Bahn AG [Broschüre](#) >

 Fachinformatiker m/w/d Anwendungsentwicklung -
Ausbildung 2021IT
FLYERALARM GmbH
Würzburg
über Xing
vor 1 Tag  Vollzeit

 Fachinformatiker m/w/d Anwendungsentwicklung -
Ausbildung 2021
FLYERALARM
Würzburg
über Flyeralarm
vor 1 Tag  Vollzeit

 Ausbildung Fachinformatiker Fachrichtung
Anwendungsentwicklung (m/w/d)
Berufliches Schulzentrum für Wirtschaft und Datenverarbeitung
Würzburg (+ 1 weiterer Standort)
über AUBI-Plus
vor 9 Tagen  Vollzeit

[→ mindestens 100 weitere Stellenangebote](#)

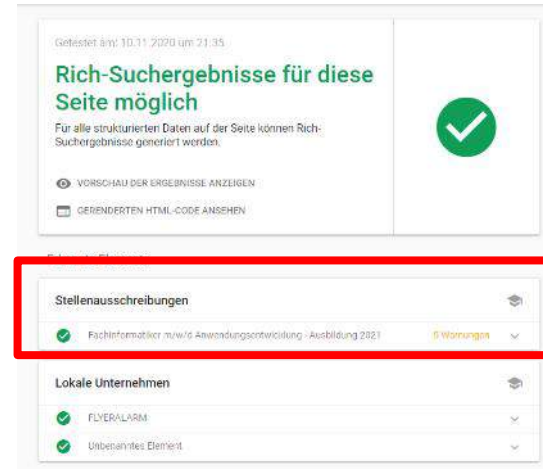
[Weitere Informationen](#) [Feedback geben](#)

To-Do 1:

Google for Jobs optimierter Stellenmarkt

Ohne geht's nicht mehr

- Selbstcheck:
https://search.google.com/test/rich-results?utm_campaign=sdtt&utm_medium=message
- URL der Stellenanzeige kopieren und einfügen



To-Do 1:

Google for Jobs optimierter Stellenmarkt

Ohne geht's nicht mehr

- Absolute „Show-Stopper“:
- Stellenanzeigen in PDF-Form
- als Grafik
- nur genanntem Stellentitel ohne weitere Angaben
- iFrame (eingebundener Stellenmarkt aus Bewerber*innenmanagementsystem)



To-Do 2:

Google Business-Eintrag

Wichtiger als die Website

- Unternehmen ist über den Namen des Unternehmens und idealerweise passender Keywords mit einem Google Business Eintrag auffindbar
- Aktuelle Informationen
- Verlinkung zur Website
- News, Bilder, Veranstaltungslinks

To-Do 2: Google Business-Eintrag Wichtiger als die Website

The screenshot shows a Google search for "salt solutions". The search results include a Google Business profile for SALT Solutions AG. The profile features a 4.7-star rating from 15 Google reviews, a location in Würzburg, and a phone number. It also displays a "Fotos ansehen" button and a map. The profile is categorized under "Unternehmen" and "Würzburg".

Google Business Profile for SALT Solutions AG:

- Name:** SALT Solutions AG
- Rating:** 4.7 (15 Google-Rezensionen)
- Address:** Schindlerstraße 5A, 97090 Würzburg, Bayern
- Phone:** 0931 460062
- Hours:** Geschlossen (Offen um 09:00 Uhr)
- Website:** www.salt-solutions.de

To-Do 3:

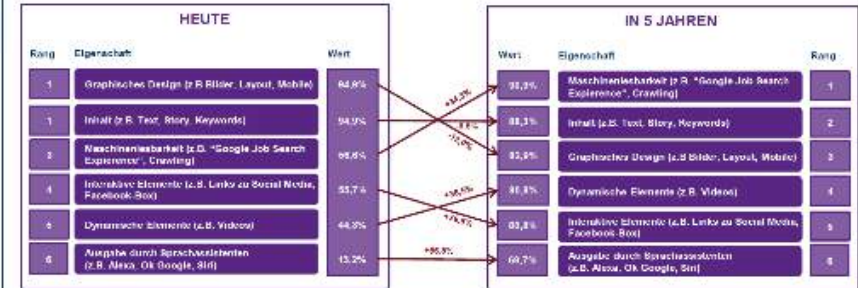
Maschinenlesbarkeit und Video

Wichtiger als Design

- Design weniger wichtig
- Maschinenlesbarkeit und Video die Zukunft

Maschinenlesbarkeit ist in 5 Jahren die wichtigste Eigenschaft

▼ Ausgabe und Nutzung von Sprachassistenten wird immer wichtiger



Quelle: Recruiting Trends 2019

Digitalisierung im HR: Zusammenarbeit Mensch-Maschine

15

To-Do 4:

Die eigene Karriereseite

Dreh- und Angelpunkt für alle
Onlineaktivitäten

- Dreh- und Angelpunkt für alle Onlineaktivitäten
- Zugriffe, Verweilzeit, Abbrüche usw. messen
- Kampagnen auswerten und steuern
- Wo kommt wer her?
- Besuche „verpixeln“ und Besucher mit Remarketing erinnern

To-Do 4:

Die eigene Karriereseite

Dreh- und Angelpunkt für alle
Onlineaktivitäten

- Mobiloptimiert
- Auf allen Endgeräten gut bedienbar
mit angemessenen Ladezeiten

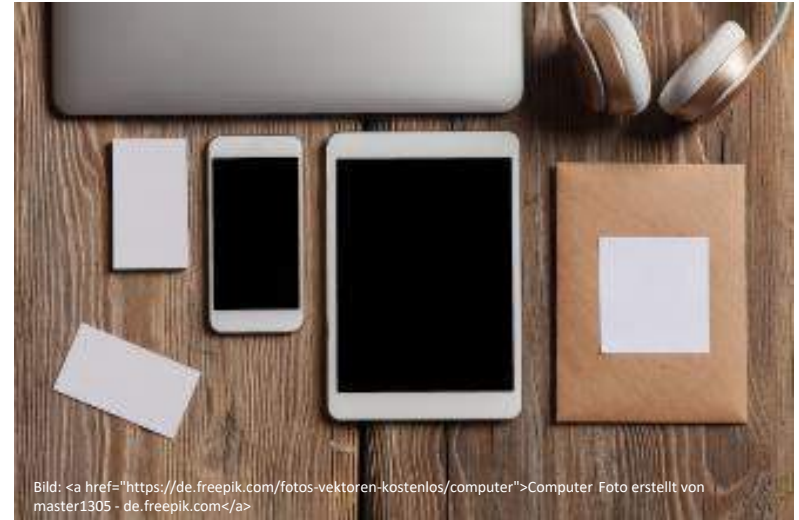


Bild: <https://de.freepik.com/fotos-vektoren-kostenlos/computer> Foto erstellt von master1305 - de.freepik.com

To-Do 4:

Die eigene Karriereseite

Dreh- und Angelpunkt für alle
Onlineaktivitäten

Mobile Suche nach Karrierelevel und Beruf

Anteil Jobsuchen über Mobilgeräte, Januar – März 2019



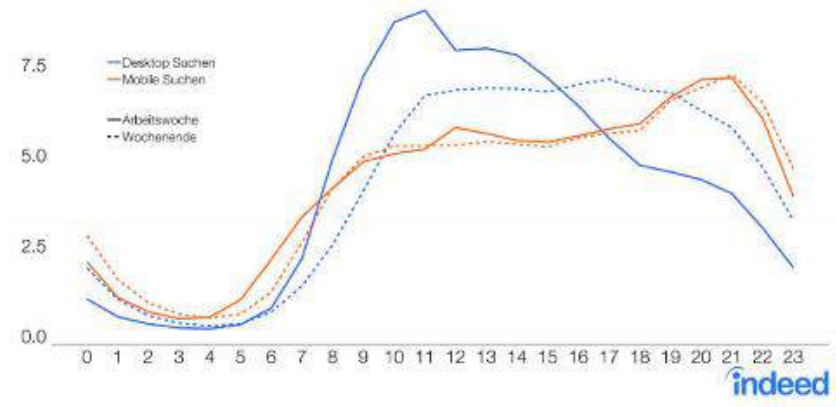
Quelle: Inkeed-Daten, Januar – März 2019

To-Do 4:

Die eigene Karriereseite

Dreh- und Angelpunkt für alle
Onlineaktivitäten

Jobsuche auf der Arbeit und abends vor dem Fernseher
Suchverhalten in Deutschland (in %), Indeed-Daten, April 2018 - März 2019



To-Do 4:

Die eigene Karriereseite

Dreh- und Angelpunkt für alle
Onlineaktivitäten



To-Do 5:

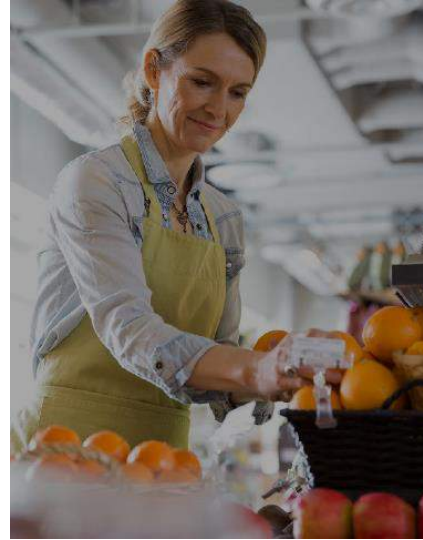
Stellentitel, die gesucht werden

Entwickler*in, Engineer oder Programmierer*in?

- Analyse der Stellentitel
- Wird nach der Bezeichnung gesucht?
- Selbstcheck mit Google Trends:
<https://trends.google.de/trends/?geo=DE>



To-Do 5:
**Stellentitel, die gesucht
werden**
Verkäuferin oder Verkäufer?

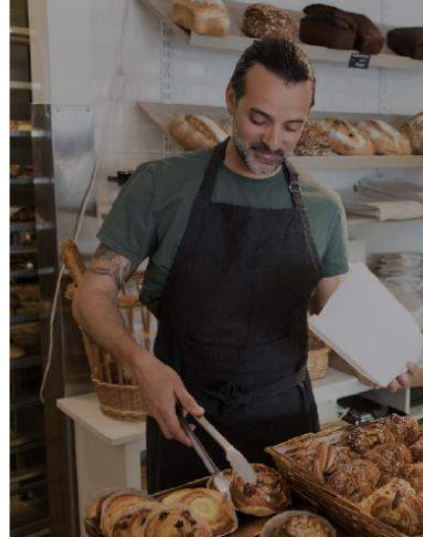


116.090
Suchanfragen nach "Verkäufer"

488.862
Suchanfragen nach "Verkäuferin"

Quelle: Indeed Daten Q4 2019, Deutschland

To-Do 5:
**Stellentitel, die gesucht
werden**
Verkäuferin oder Verkäufer?



40.861
Unique Jobs für "Verkäufer"

3.479
Unique Jobs für "Verkäuferin"

Quelle: Indeed Daten 2019, Deutschland

To-Do 6:

Verschlagwortete Stellenanzeigen

Nur was im Text oder im Backend steht, kann gefunden werden

- Optimierung der Keywords im Text der Stellenanzeige und im Backend
- Verschlagwortung im Backend
- Keine kopierten Texte
- interessante und ansprechende Texte und Bilder



To-Do 7:

Social-Media-Kanäle

Erzeugt Grundrauschen, Bekanntheit und ersten Eindruck

- Werden Sie nahbar und erzählen Sie was von sich
- Persönlicher Eindruck macht den Unterschied
- Bleiben Sie authentisch



To-Do 8:

Employer-Branding-Seiten

Das Auge isst mit

- Aktuelle und gepflegte Employerbrandingseiten bei XING, LinkedIn, kununu, Glassdoor, Indeed & Co
- Aktuelle News, Bilder, Eindrücke



To-Do 9:

Bewerbung leicht gemacht

Weniger ist mehr

Das Smartphone wird für die Jobsuche schon genauso oft genutzt wie der stationäre PC



97%
der Jobsuchenden sind überzeugt:
Die mobile Jobsuche wird in Zukunft eine wichtigere Rolle spielen.

To-Do 9:

Bewerbung leicht gemacht

Weniger ist mehr

- Fahren Sie die **Barrieren runter**
- **Einfache Bewerbungsmöglichkeit** ohne Anmeldung, Form, Anhänge und formales Anschreiben
- **One-Klick-Bewerbung** mit Hilfe von Verlinkung eines Business-Profiles
- **Bewerbung** muss **mobil** erstellt werden können
- Auch wer nicht in der aktiven Bewerbungsphase ist, muss sich bewerben können

To-Do 10:

Kommunikation leicht gemacht

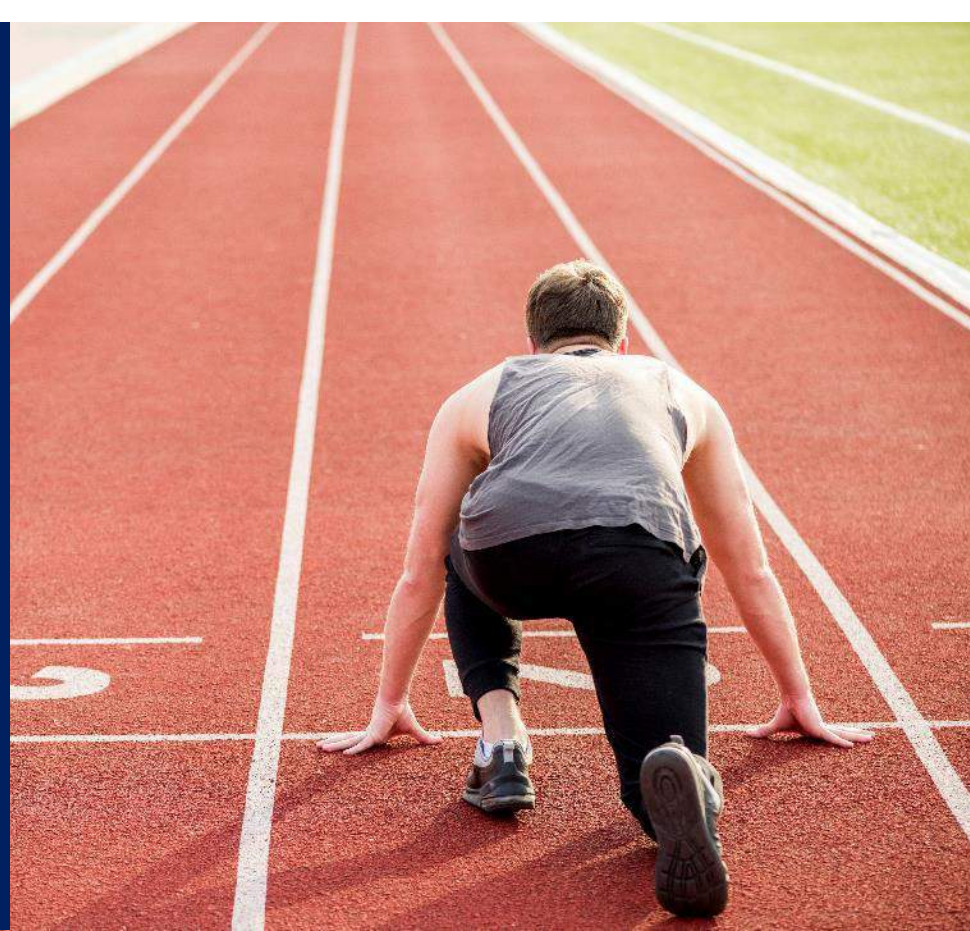
Schön, dass Sie mit uns reden wollen!

- Möglichkeit zur **unkomplizierten Kommunikation** von unterschiedlichen Plattformen **bieten und organisieren**
- Konkreten Ansprechpartner nennen



Wann anfangen?

Ist jetzt noch zu früh und wann ist es zu spät?

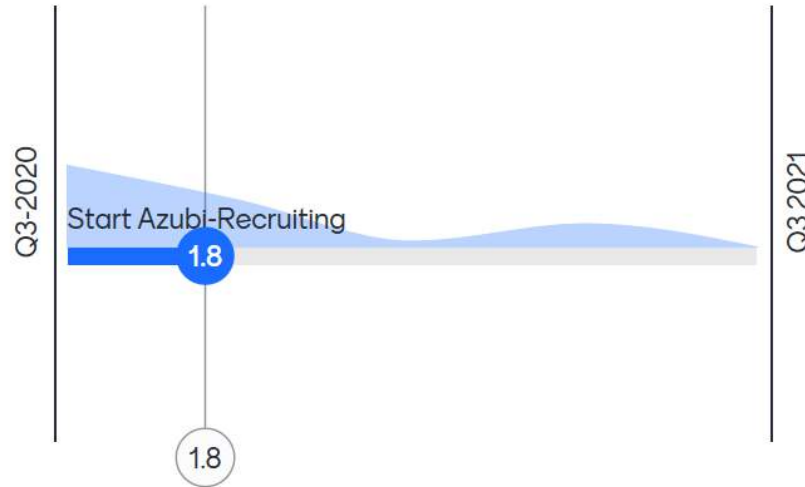


Wann anfangen?

Ist jetzt noch zu früh und wann ist es zu spät?

- Neue Wege um Aufmerksamkeit zu gewinnen müssen sich erst etablieren
- Tools und Medien müssen entwickelt, umgesetzt und ausprobiert werden
- Auswahlprozess wird mehr Zeit brauchen, als gewohnt
- Ungewisse Entwicklung der Corona-Lage
- Lieber früher mit dem Recruiting anfangen

Dann fangen wir mit dem Azubi-Recruiting für 2021 an



Wie erzeuge ich Bindung?

6 – 12 Monate sind eine lange Zeit



Wie erzeuge ich Bindung?

6 – 12 Monate sind eine lange Zeit

- Bewährte Möglichkeiten der Bindung entfallen vielleicht (Weihnachtsfeier, Sommerfest, Teamevent, usw.)
- Neue Wege müssen gefunden werden
- Digitale Kontaktpflege (WhatsApp, Digitaler Kaffee, usw.)

So versuchen wir vor dem Ausbildungsstart Bindung zu erzeugen



Geburtstagswünsche

Zusenden der Mitarbeiterzeitung
(Was ist los im Unternehmen)

Sommerfest

Wamboleo

leider aktuell noch garnichts, in
Zukunft werden Azubis zu
Sommerfesten oder Azubitagen
eingeladen.

Ferienarbeit

GeburtstagsgrüSse

Weihnachtsgeschenk

Telefonischen Kontakt halten

Kleinigkeit zum Geburtstag schicken.

Ferienarbeit Geburtstagswünsche
Giveaways



Zusammengefasst

Dann klappt's auch mit den
Azubi-Bewerbungen



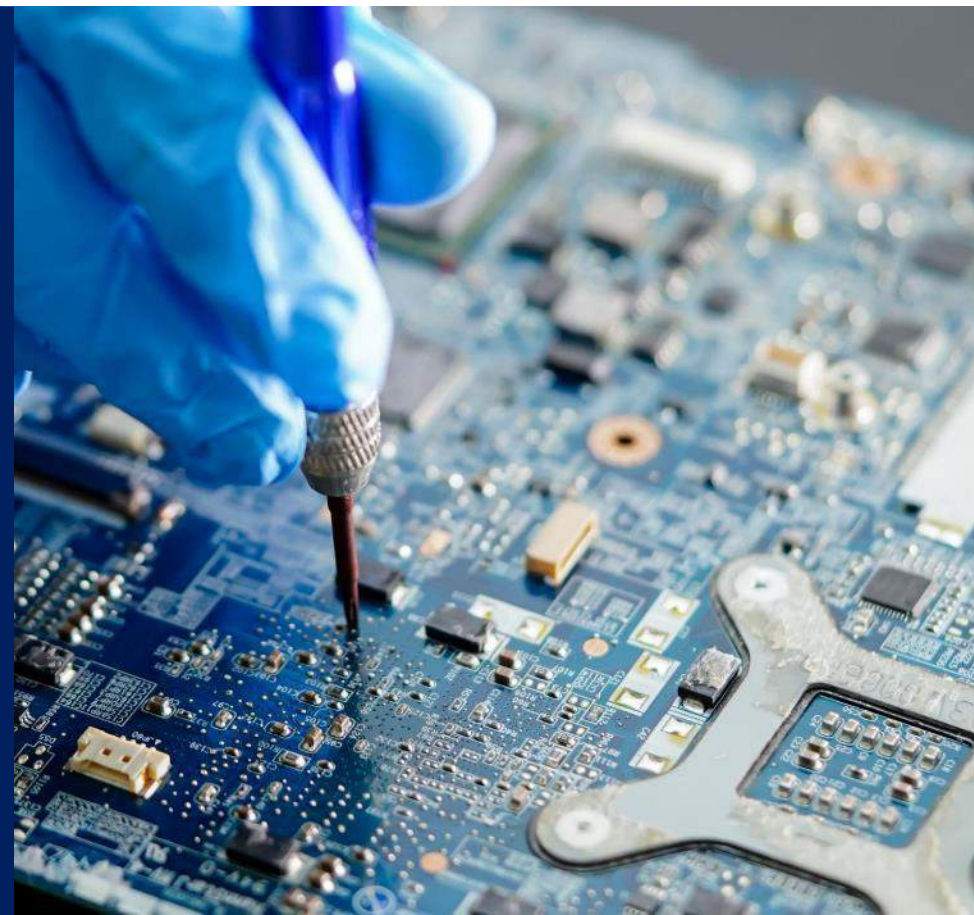
Zwei Zielgruppen

Nur mit zwei Kommunikationsstrategien
kommen Sie zum Erfolg



Bild: Schule Foto erstellt von freepik - de.freepik.com

Fachkräftemangel ist
immer noch
Jetzt weiter ausbilden!



Neu denken

Sehen Sie Corona als Chance die Zielgruppe richtig anzusprechen



Seien Sie kreativ

Mit neuen kreativen Ideen die Zielgruppe
überraschen und sich von anderen absetzen



Sie haben es in der Hand

Reichweite online, offline und zusammen mit
anderen selber generieren



Online, online, online

Sie suchen Digital Natives – kommunizieren
Sie auch so!



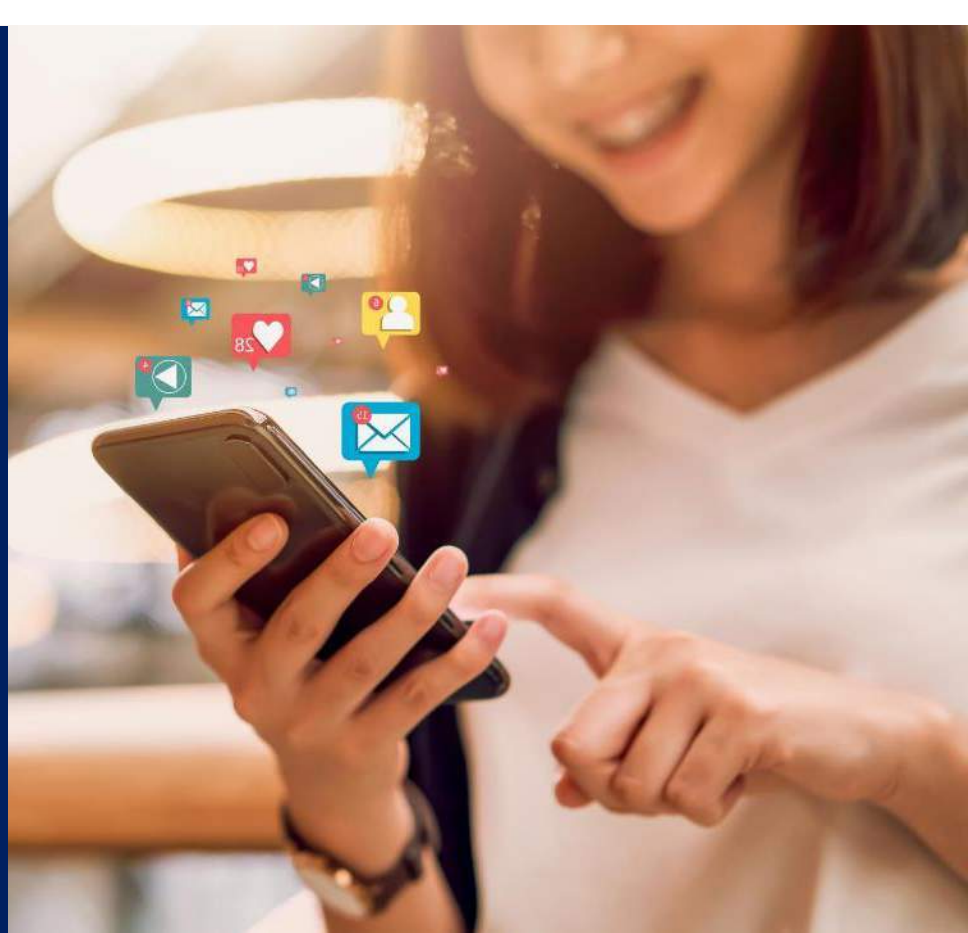
Machen Sie Ihre digitalen Hausaufgaben

Gefunden werden statt zu suchen



Fahren Sie die Barrieren runter

Einfach, unkompliziert und authentisch



Machen Sie den Selbsttest

Wie fühlt es sich an, wenn ein*e Kandidat*in Sie oder einen Ihrer Jobs sucht?



Ihre Fragen



Das nehme ich mit / Das fange ich morgen an umzusetzen



Schön, dass Sie dabei
waren!
Bis zum nächsten Mal
😊

