

**JUNGE FACHKRÄFTE GEWINNEN**

# Handlungsempfehlungen

**Azubimarketing im Wandel: Ansprache und Gewinnung von Auszubildenden 4.0**



# INHALT

## 1. Über das Projekt Azubi.Mento4.0

## 2. Ausbildungsbetriebe im Wandel

**Praxisbeispiel: Digitaler Bewerbungsprozess**  
datac Kommunikationssysteme GmbH

**Praxisbeispiel: Grüne Azubiprojekte**  
Hufschmied Zerspanungssysteme GmbH

## 3. Azubimarketing 4.0

**Praxisbeispiel: Social Media**  
e-koris GmbH

**Praxisbeispiel: Bewegte Bilder**  
Holzbearbeitung Kraus GmbH

## 4. Gemeinsam mehr erreichen durch Kooperationen

**Praxisbeispiel: Azubi-Tausch**  
Eckerle Herrenmoden und Hotel Maximilian's

**Praxisbeispiel: Zusammenarbeit mit Schulen**  
DB Schenker

## 5. Projektpartner Azubi.Mento4.0

## 6. Impressum

## 1. Über das Projekt Azubi.Mento4.0



### ÜBER DAS PROJEKT AZUBI.MENTO4.0

Mit dem JOBSTARTER plus-Projekt „Azubi.Mento4.0“ wurden kleine und mittlere Betriebe (KMU) im Wirtschaftsraum Augsburg bei der Gewinnung von Auszubildenden unterstützt. Ein weiterer Schwerpunkt lag in der Digitalisierung der Ausbildung, die sich zunehmend auch im Ausbildungsmarketing 4.0 widerspiegelt. Im Rahmen der Projektlaufzeit (01.07.2020 bis 31.12.2022) konzipierten und führten wir verschiedene Angebote im Rahmen des Azubi.Mento4.0 Netzwerks durch. Virtuelle Weiterbildungsangebote, Netzwerkformate und Präsenzveranstaltungen wurden gemeinsam mit regionalen Unternehmen konzipiert und erfolgreich umgesetzt.

Unternehmensbefragungen ergaben ein detailliertes Gesamtbild über die Herausforderungen von Betrieben bei der Besetzung von Ausbildungsstellen im Wirtschaftsraum Augsburg. Der Mangel an Fachkräften, Veränderungen durch die Corona-Pandemie und der deutlich spürbare demografische Wandel sind Einflussfaktoren, die besonders kleine Betriebe beschäftigt und kreative neue Wege beschreiten lässt.

Gefördert als JOBSTARTER plus-Projekt aus Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung und des Europäischen Sozialfonds. Mit dem Programm JOBSTARTER plus fördert das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) bundesweit die Verbesserung regionaler Ausbildungsstrukturen. Die JOBSTARTER plus-Projekte unterstützen mit konkreten Dienstleistungen kleine und mittlere Unternehmen in allen Fragen der Berufsausbildung und tragen so zur Fachkräftesicherung bei. Durchgeführt wird das Programm vom Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB).

► [azubi.mento4.0](https://www.azubi.mento4.0)

► [jobstarter.de](https://www.jobstarter.de)

► [BMBF Jobstarter plus](https://www.bmbf.de/jobstarter-plus)



HANDLUNGSEMPFEHLUNG  
ONLINE

## 2. Ausbildungsbetriebe im Wandel

### AUSBILDUNGSBETRIEBE IM WANDEL

Die stetig voranschreitende Digitalisierung der Arbeit, ein sich deutlich zeigender Mangel an Fachkräften und der Eintritt der jungen Generation in die Arbeitswelt führen zu großen Veränderungen. Unternehmen gestalten diesen Wandel Tag für Tag mit. So treffen in Unternehmen verschiedene Generationen aufeinander. Junge Menschen, die der Generation Z (geboren ca. 1995 – 2012) angehören und die jetzt in den Arbeitsmarkt einsteigen, bringen andere Bedürfnisse, Wertvorstellungen und Wünsche mit als ältere Mitarbeitende. Für die jungen Nachwuchskräfte sind der Spaß an der Arbeit, ein familiär geprägtes Arbeitsumfeld und Nachhaltigkeitsaspekte von großer Bedeutung. Diese veränderten Werte- und Verhaltensmuster stellen Betriebe und ausbildendes Personal jedoch nicht selten vor große Herausforderungen.

Haben früher mehrere Jugendliche um einen Ausbildungsplatz konkurriert, ist es heute, bedingt durch den demografischen Wandel, genau umgekehrt: Betriebe bewerben sich bei den jungen ArbeitnehmerInnen. Unternehmen sind aufgrund des Fachkräftemangels gezwungen, sich attraktiv zu präsentieren und ihr Employer Branding an die Bedürfnisse der jungen Generation anzupassen.



Ein familiär geprägtes Arbeitsumfeld ist der Generation Z wichtig.  
Bild: A3/Christian Strohmayer

Wie punkten Ausbildungsbetriebe bei der Generation Z und wie gelingt der Brückenschlag zwischen den Generationen? Die „Zoomers“ (Mitglieder der Generation Z), sind die erste Generation, die mit digitalen Technologien aufgewachsen sind und die sich eine Welt ohne Internet und soziale Medien gar nicht vorstellen können. Wissen rund um die Bedürfnisse der jungen Nachwuchskräfte und deren Potentiale – gerade im Hinblick auf eine digitalisierte Arbeitswelt – sind wichtig. Auch die Gestaltung der Unternehmens- und Ausbildungskultur spielt eine entscheidende Rolle für die erfolgreiche Gewinnung und nachhaltige Bindung junger Talente. Binden Sie Ihre jungen MitarbeiterInnen aktiv ein und erfragen Sie deren Wünsche und Ideen. Dies trägt zum gemeinsamen Verständnis bei und wirkt sich positiv auf die Unternehmenskultur aus.

Hier finden Sie Impulse, regionale Unterstützungsangebote im Wirtschaftsraum A<sup>3</sup> und Checklisten zur Gestaltung der Ausbildungswelt von heute und morgen:

- ▶ Digitalisierung in der Ausbildung
- ▶ Unternehmens- und Ausbildungskultur in Zeiten der Generation Z
- ▶ Nachhaltigkeit in der Ausbildung

## Praxisbeispiele

### PRAXISBEISPIEL DATAC KOMMUNIKATIONSSYSTEME GMBH Digitaler Bewerbungsprozess



▶▶ Junge Nachwuchstalente, die sich beim Unternehmen datac Kommunikationssysteme GmbH für eine Ausbildungsstelle bewerben, profitieren vom digitalisierten Bewerbungsprozess des Augsburger Dienstleisters für digitale und sichere Arbeitswelten. Melanie Müns, verantwortlich für das Thema Personal, berichtet: „Bei uns wird der gesamte Bewerberprozess digital abgebildet und organisiert. Von der Stellenausschreibung bis hin zum eigentlichen Bewerbungsgespräch. Eine wichtige Rolle spielen dabei die virtuel-

len Kennenlertage für Azubis. Denn das große Manko von Remote-Vorstellungsgesprächen ist, dass der persönliche Eindruck für beide Seiten fehlt. Deshalb lernen BewerberInnen bei uns nach einem Gespräch mit Informationen zum Unternehmen und Ausbildung ganz digital ihr Büro und die KollegInnen in spe bei einem virtuellen Rundgang kennen. Mobil starten unsere Azubis dann auch in den Ausbildungsalltag: vom ersten Tag werden alle Azubis mit digitalen Geräten ausgestattet.“ ▶▶

### PRAXISBEISPIEL HUFSCHMIED ZERSpanungssysteme Grüne Azubiprojekte



▶▶ Für die jungen BewerberInnen spielen bei der Entscheidung für einen Ausbildungsbetrieb neben harten Faktoren wie Gehalt und flexible Arbeitszeitmodelle auch weiche Faktoren wie die Unternehmenskultur, soziale Verantwortung und ein bewusster Umgang mit Ressourcen eine wichtige Rolle. Die Firma Hufschmied Zerspanungssysteme mit Sitz in Bobingen im Landkreis Augsburg hat dies frühzeitig erkannt. Mit ihren Azubis startete das Unternehmen ein Nachhaltigkeitsprojekt und beweist damit, dass Nachhaltigkeit ein Kerngedanke ihrer Unternehmensphilosophie

ist. Die Auszubildenden zeigten während des Projekts Verbesserungsmöglichkeiten innerhalb des Betriebsalltags auf und entwickelten mögliche Lösungsansätze. Am Ende der Projektlaufzeit wurden die Ergebnisse im Unternehmen präsentiert und einige der Ansätze anschließend realisiert. Für künftige Auszubildende stellt sich der Betrieb damit in zweierlei Hinsicht positiv auf: Das Unternehmen punktet mit ressourcenschonenden Prozessen und zeigt auf, dass Auszubildende im Unternehmen gefördert werden und eigenverantwortlich arbeiten dürfen. ▶▶

## 3. Azubimarketing 4.0

### AZUBIMARKETING 4.0

Wer die Generation Z erreichen will, kommt an den sozialen Netzwerken nicht mehr vorbei: digitale Medien und Anwendungen gehören für die junge Generation zum Alltag. Die Suche nach einer Ausbildungsstelle passiert immer mehr zwischen „Tür und Angel“, meist über mobile Endgeräte ohne Tastatur wie Handy und Tablet. Für die erfolgreiche Ansprache und Gewinnung von neuen Auszubildenden ist die Bespielung der Sozialen Netzwerke ein essenzieller Baustein. Die verschiedenen Plattformen bieten Ausbildungsbetrieben die Möglichkeit, authentische Einblicke in den Ausbildungsberuf-, Alltag und die Unternehmenskultur zu vermitteln.

Wie gelingt die Gestaltung von Stellenausschreibungen, mit denen sich junge Menschen identifizieren? Ihre Azubis sind die besten Ratgeber, wenn es um die erfolgreiche Ansprache der jungen Ziel-

gruppe geht! Sie können Gleichaltrigen ihren Ausbildungsberuf nahbar und lebendig beschreiben und mit Feedback, was zielgruppengerechte Formulierung und Darstellung angeht, unterstützen. So begegnen sie jungen Interessierten im Bewerbungsprozess von Beginn an auf Augenhöhe und sind am Puls der Zeit.

Für die erfolgreiche Ansprache potentieller BewerberInnen lohnt es sich, einen Blick auf unbewusst kommunizierte Rollenbilder und Geschlechterklischees zu lenken. Durch eine vielfaltsorientierte Wort- und Bildauswahl gelingt es, die Anzahl passender Bewerbungen zu steigern.



Authentische und echte Einblicke in den Ausbildungsalltag geben.  
Bild: A3/Christian Strohmayer

Was die Heldengeschichte mit erfolgreichem Storytelling zu tun hat, wie Sie im Speziellen Mädchen für eine Ausbildung gewinnen und Ihre Sichtbarkeit im Netz steigern, erfahren Sie hier:

- ▶ **Ausbildung attraktiv und authentisch bewerben mit Instagram**
- ▶ **Mit Stellenausschreibungen junge Menschen ansprechen und begeistern**
- ▶ **Klischeefreie und gendersensible Ansprache von Azubis**

## Praxisbeispiele

### PRAXISBEISPIEL E-KORIS GMBH Social Media



▶▶ Azubis über Social-Media-Kanäle zu gewinnen, gehört für viele Betriebe längst zum Alltag, so auch für das Elektrotechnik-Unternehmen e-koris aus Friedberg. Um potenzielle Auszubildende zu erreichen, betreibt das Unternehmen einen eigenen Instagram-Account. So erreicht der Handwerksbetrieb seine Zielgruppe zuverlässig. Die Inhaber Claudia und Daniel Brandstädter wissen jedoch: mit grinsenden Jugendlichen und hippen Sprüchen kommt man an die junge Generation nicht heran. Vielmehr geht es den jungen Menschen heute um etwas anderes: um Werte, Aufrichtig-

keit, Klima, Work-Life-Balance. Genau das macht den Erfolg von e-koris in der Auszubildendengewinnung aus. Es ist nicht der Instagram-Account an sich. Es ist die Aufrichtigkeit dahinter. Junge Menschen spüren ganz genau, ob ein Unternehmen ihnen Perspektiven, Freiheit und Entfaltungsmöglichkeiten bietet. Genau dafür nutzt das Unternehmen seinen Social Media Auftritt und kommuniziert, was im Betrieb gelebt wird – stets authentisch und im Zeitgeist. So kann e-koris mit überschaubarem Marketingbudget seine Ausbildungsplätze erfolgreich besetzen. ▶▶

### PRAXISBEISPIEL HOLZBEARBEITUNG KRAUS GMBH Bewegte Bilder



▶▶ Bei der Holzbearbeitung Kraus GmbH aus Zusamzell erhalten interessierte junge Menschen in einem Clip auf der Videoplattform YouTube Informationen und Eindrücke zu Ausbildungsmöglichkeiten im Unternehmen. In einfacher Sprache und authentischen Bildern wird Wissenswertes zur Ausbildung zum FachlageristIn/FacharbeiterIn für Lagerlogistik vermittelt. ▶▶

Direkt zum Videoclip:



## 4. Gemeinsam mehr erreichen durch Kooperationen

### GEMEINSAM MEHR ERREICHEN DURCH KOOPERATIONEN

In der Ausbildungspraxis agieren Betriebe und Berufsschulen immer noch weitgehend überschneidungsfrei nebeneinander. Lernortkooperationen eröffnen Möglichkeiten für ein Zusammenwirken verschiedener Lernorte in der Berufsausbildung. Betriebe kooperieren mit der Berufsschule, einem anderen Unternehmen aus der Branche oder einer außerbetrieblichen Bildungsstätte im Rahmen der Ausbildungspraxis. Lernortkooperationen tragen dazu bei, theoretisches und praktisches Lernen zu verbinden und Auszubildende profitieren von unterschiedlichen Lerngelegenheiten und einer vielfältigen Kompetenzvermittlung.

Betriebe können mit einer gut organisierten Lernortkooperation einen Mehrwert für sich und ihre Auszubildenden schaffen. Auch beim Werben um neue Azubis ist die Lernortkooperation von Vorteil und unterscheidet Ihren Betrieb von anderen Unternehmen. Eine weitere gute Möglichkeit, dem Nachwuchsmangel aktiv zu begegnen, ist die Zusammenarbeit mit Schulen. Eine Schulkooperation bietet Ausbildungsbetrieben die Möglichkeit, sich persönlich an der Berufsorientierung zu beteiligen und frühzeitig

mit SchülerInnen in Kontakt zu treten. Im Rahmen von Schulkooperationen wird SchülerInnen die Gelegenheit gegeben, Ausbildungsberufe- und Inhalte kennen zu lernen. Dies kann über die Vermittlung von Wissen durch MitarbeiterInnen im Klassenzimmer erfolgen oder vor Ort im Betrieb. Bei einer Betriebsführung oder Schnuppertagen bieten sich gute Chancen, die Jugendlichen für die Ausbildungsmöglichkeiten und Ihren Betrieb zu begeistern. Auch Angebote speziell für die Zielgruppe Eltern (z.B. Informationsveranstaltungen zum Thema Berufsorientierung) können Bestandteil einer Schulkooperation sein.

Langfristig führt die Zusammenarbeit mit Schulen zu einer Steigerung des Bekanntheitsgrades, stärkt das Unternehmensimage in der Region und erleichtert eine erfolgreiche Personalarbeit.

Welche Formen von Lernort- und Schulkooperationen sind möglich und wie lassen sich diese gewinnbringend organisieren? Hier finden Sie weitere Informationen:

- ▶ **Zusammenarbeit mit Schulen**
- ▶ **Lernortkooperationen verstehen und Mehrwerte erkennen**



Im Betriebspraktikum den Ausbildungsberuf kennenlernen  
Bild: A3/Christian Strohmayer

## Praxisbeispiele

### PRAXISBEISPIEL ECKERLE HERRENMODEN UND HOTEL MAXIMILIAN'S Azubi-Tausch



▶▶ Auszubildende bei Eckerle Herrenmode und dem Hotel Maximilian's in Augsburg erwartet ein Programm der besonderen Art: Die beiden Unternehmen organisieren einen gemeinsamen Azubiaustausch. Drei Wochen lang können die Auszubildenden in den jeweils anderen Ausbildungsberuf inklusive Ausbildungsbetrieb hinein schnuppern. Dabei wird viel Neues erlernt und wert-

volle Erfahrungen werden gesammelt. Das im Austauschbetrieb Gelernte lässt sich sehr gut auf den eigenen Arbeitsalltag anwenden. Der Azubi-Tausch zwischen Eckerle Herrenmoden und dem Hotel Maximilian's ist ein für die jungen Nachwuchskräfte attraktives Angebot, welches von den Azubis sehr gut angenommen wird. ▶▶

### PRAXISBEISPIEL DB SCHENKER AUGSBURG Zusammenarbeit mit Schulen



▶▶ Mit fertig geschnürten Angebotspaketen ist DB Schenker Augsburg auf Schulen zugegangen und arbeitet nun sehr erfolgreich im Rahmen von Berufsinformationstagen, einem „Tag der Logistik“ und Bewerbungstrainings mit Schulen in der Region zusammen. Interessierten SchülerInnen werden am Freitagnachmittag im Unternehmen einzelne Lernbausteine zum Kennenlernen der Ausbildungsinhalte angeboten. Die intensive Zusammenarbeit mit Schulen kostet Zeit, zahlt sich durch den direkten Kontakt zu SchülerInnen und Lehrkräf-

ten für uns aber umso mehr aus, berichtet Ausbilderin Eva Palopoli. Dies ist die beste Möglichkeit, um mit potentiellen Nachwuchsfachkräften persönlich in Kontakt zu kommen.

Bei Vorbereitung und Abschluss der Kooperationsvereinbarungen von DB Schenker Augsburg mit Schulen unterstützte die IHK Schwaben. Auch das SCHULEWIRTSCHAFT Netzwerk in Augsburg ist ein wertvoller Ansprechpartner, wenn es um die Vernetzung von Schule und Wirtschaft geht. ▶▶

## 5. Projektpartner Azubi.Mento4.0

---

### Eckert Schulen Augsburg

Prinzregentenstraße 1, 86150 Augsburg

Sabina Porchia

+49 821 455 408 200

sabina.porchia@eckert-schulen.de



### Regio Augsburg Wirtschaft GmbH

Karlstraße 2, 86150 Augsburg

Veronika Wobser

+49 821 450 10-261

veronika@wobser@region-A3.com



## 6. Impressum

---

### Herausgeber

Regio Augsburg Wirtschaft GmbH

Karlstraße 2 | 86150 Augsburg

### Text

Lydia Keller

Sabina Porchia

Veronika Wobser

### Stand

Dezember 2022

►► [azubimento40.de](https://azubimento40.de)



Die Handlungsempfehlungen sind entstanden im Rahmen des JOBSTARTER plus-Projekts Azubi.Mento4.0. Gefördert wurde das JOBSTARTER plus-Projekt vom 01.07.2020 bis 31.12.2022 durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung und den Europäischen Sozialfonds.

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung



Zusammen.  
Zukunft.  
Gestalten.



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