

Pro Ausbildungsmarketing

Unternehmen sehen sich bei der Gewinnung von Fachkräften vor allem mit einer Herausforderung konfrontiert – dem mittlerweile oft dramatischen Nachwuchs- und Fachkräftemangel. Je nach Standort und Branche ist es insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen wichtig, **Maßnahmen zu ergreifen**, um auf diese Verknappung zu reagieren. Denn die Tage, in denen selbst in kleinen Unternehmen eine „Flut“ von Bewerbungen einging und diese ihre zukünftigen Auszubildenden aus einem Pool von Bewerbenden auswählen konnten, sind schon lange vorbei. Um zukunftsfähig zu sein, müssen Unternehmen auf diese Herausforderung **mit neuen Konzepten und innovativen Ideen reagieren**. Ausbildungsmarketing kann dabei eine zentrale Rolle spielen.

Was sind bewährte Maßnahmen zur Gewinnung von Auszubildenden? Diese Frage lässt sich nur schwer pauschal beantworten, denn die Auswahl und die Zusammenstellung der Maßnahmen sollten sich individuell nach dem Unternehmen sowie nach dem Unternehmensumfeld richten. Maßnahmen zum Ausbildungsmarketing können sein:

- Zusammenarbeit mit Schulen (z.B. Angebot von Schülerpraktika und Projekten, Informationsveranstaltungen für Lehrerinnen und Lehrer sowie Eltern, die Nutzung von Studienabbrechenden als wichtige Ausbildungsressource)
- Ausbildungsmessen und Firmenkontaktveranstaltungen (z.B. Schnuppertage, Speeddating, Berufsinfortage in der Schule)
- Internetangebote inkl. Social Media (z.B. Auszubildenden-Website /Karrierewebsite, Videos über die Ausbildung auf YouTube oder der eigenen Website)

Eine besondere Herausforderung stellt die so genannte Generation Z (ab 1999 geboren) dar. Prägend sind hier insbesondere die ständige Nutzung von sozialen Netzwerken, auch im beruflichen Kontext, die Suche nach einem Sinn in der Arbeit, der Wunsch nach fortlaufender persönlicher Weiterentwicklung, ein hohes Selbstbewusstsein und auch das Streben nach immateriellen Gütern und Anreizen.



JÜRGEN STEIDEL, VBU® VEREINIGUNG BERGISCHER UNTERNEHMERVERBÄNDE E.V.

Bei den Möglichkeiten, die durch die Digitalisierung entstehen, gilt es, kritisch zu prüfen, welche Kosten und welcher Nutzen mit diesen Maßnahmen verbunden sind. Jedoch kann auch festgehalten werden, dass das Internet die Informationsquelle Nr. 1 ist.

Die VBU bietet ihren Mitgliedsunternehmen regelmäßig aktuelle Informationsveranstaltungen und Seminare zum Thema sowie Arbeitskreise für den Austausch und die Vorstellung von Best Practice Beispielen zum Ausbildungsmarketing. Über das Schule/Wirtschaft-Netzwerk der VBU werden zudem Schulkontakte vermittelt.