



SEMINARREIHE

AUSBILDUNGSMARKETING 4.0

STAND: AUGUST 2020



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

Impressum

Seminarreihe Ausbildungsmarketing 4.0

Herausgeber

Wachstumsregion Ems-Achse e.V.

JOBSTARTER plus-Projekt „Digital-Tandem“

Hauptkanal links 60

26871 Papenburg

JOBSTARTER plus-Projekt „Digital-Tandem“

Projektleitung: Chris Duismann

Tel.: 04961 940998 26

E-Mail: digital-tandem@emsachse.de

<https://info.emsachse.de/digital-tandem.html>

„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).“

„Ziel der Europäischen Union ist es, dass alle Menschen eine berufliche Perspektive erhalten. Der Europäische Sozialfonds (ESF) verbessert die Beschäftigungschancen, unterstützt die Menschen durch Ausbildung und Qualifizierung und trägt zum Abbau von Benachteiligungen auf dem Arbeitsmarkt bei. Mehr zum ESF unter: www.esf.de“

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|----|
| Vorwort | 1 |
| 1 Digital-Tandem | 2 |
| 2 Seminarreihe „Ausbildungsmarketing 4.0“ | 3 |
| 2.1 Zielsetzung der Seminarreihe..... | 4 |
| 2.2 Zielgruppen der Seminarreihe | 4 |
| 2.3 Themenentwicklung..... | 5 |
| 2.4 Themen der Seminarreihe | 5 |
| Seminar 1 „Ausbildungsmarketing 4.0“ | 5 |
| Seminar 2 „Karriereseiten“ | 6 |
| Seminar 3 „Ausbildungsbotschafter/in“ | 7 |
| Seminar 4 „Storytelling“ | 8 |
| Seminar 5a „Social Media Guidelines“ | 8 |
| Seminar 5b „Social Media Etikette“ | 9 |
| Seminar 6 „Videogestaltung“ | 10 |
| Seminar 7a „Social Media Marketing“ | 10 |
| Seminar 7b „Junior Think Tank“ | 11 |
| Seminar 8 „Zusatzqualifikationen“ | 12 |
| Seminar 9 „Abschlussveranstaltung“ | 12 |
| 3 Öffentlichkeitsarbeit | 14 |
| Abschluss | 15 |
| Anhang | II |

Vorwort

In Zeiten von Fachkräftengpässen besteht besonders für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) die Schwierigkeit, Fachkräfte bzw. Auszubildende zu gewinnen. Dies kann eine Wachstumsbremse darstellen und die Unternehmensnachfolge gefährden.¹ Verschiedene Ursachen führen zu Stellenbesetzungsschwierigkeiten, u.a. Passungsprobleme zwischen Unternehmen und Bewerberinnen und Bewerber. Fehlende Bewerbungen, aber auch eine geringe Bekanntheit des Unternehmens erschweren zusätzlich die Fachkräfte- bzw. Azubi-Gewinnung.² Diese Situationslage bringt Personalverantwortliche dazu, die eingesetzten Methoden der Azubi-Gewinnung zu hinterfragen und eine neue Vorgehensweise zu entwickeln, denn das Ausbildungsmarketing geht weit über traditionelle Methoden wie Stellenanzeigen hinaus. Durch den Wandel des Arbeitsmarktes findet eine Veränderung im Bewerbungsprozess statt. Unternehmen bzw. Ausbildungsbetriebe gehen auf Jugendlichen zu, stellen sich bei potenziellen Auszubildenden vor und werden von Bewerbenden ausgewählt – weniger umgekehrt. Ziel ist es, als attraktiver Arbeitgeber bzw. Ausbildungsbetrieb die Zielgruppe anzusprechen und diese zu überzeugen.³

Um kleine und mittlere Unternehmen in der Wachstumsregion Ems-Achse dabei zu unterstützen, bietet das JOBSTARTER plus-Projekt „Digital-Tandem“ der Ems-Achse eine Seminarreihe im Bereich „Ausbildungsmarketing 4.0“ an. Folgend findet sich das Konzept zur Umsetzung dieser Seminarreihe wieder und verdeutlicht inhaltliche Themen der einzelnen Seminare.

¹ vgl. Dettmann et al. (2019): Fehlende Fachkräfte in Deutschland – Unterschiede in den Betrieben und mögliche Erklärungsfaktoren. Ergebnisse aus dem IAB-Betriebspanel 2018, in: IAB-Forschungsbericht, S. 20.

² vgl. Hardege/Hartig (2019): Fachkräftengpässe groß - trotz schwächerer Konjunktur, in: DIHK-Arbeitsmarktreport 2019, S. 2 f.

³ vgl. Bossler et al. (2017): Zur Lage und Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt in Deutschland, in: IAB-Stellungnahme, S. 11.

1 Digital-Tandem

Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) müssen sich zunehmend der Herausforderung stellen, geeignete Auszubildende zu gewinnen. Zusätzlich ist zu beobachten, dass besonders KMU beim digitalen Wandel vor Hindernissen stehen. Somit bleiben in der Wachstumsregion Ems-Achse aus verschiedenen Gründen Ausbildungsstellen unbesetzt.

Das JOBSTARTER plus-Projekt „Digital-Tandem“ unterstützt kleine und mittlere Unternehmen (KMU) in der Region Ems-Achse beim Thema Digitalisierung in der Aus- und Weiterbildung. Das Projekt ermittelt den Unterstützungsbedarf der Betriebe und bietet ihnen anschließend niedrigschwellig Zugang zu Beratungs- und Bildungsangeboten für Auszubildende, Arbeitskräfte, Fach- und Führungskräfte sowie Inhaberinnen und Inhabern von KMU.

Das Projektteam greift dazu auf bestehende Vernetzungen mit Clustern, Kammern, Agenturen für Arbeit, Berufsbildenden Schulen, Hochschulen, Weiterbildungsträgern und weiteren Partnern aus dem Netzwerk der Wachstumsregion Ems-Achse zurück. Durch die Zusammenarbeit mit regionalen Partnern wird aufgezeigt, welche Möglichkeiten KMU in der Region haben und wo sie Unterstützung finden. Die Entwicklung eines Selbst-Checks, einer Weiterbildungsplattform und der Einsatz eines digitalen Berateratlanten sind mögliche Produkte, um konkrete gemeinsame Angebote zu schaffen.

Zusätzlich werden in der gesamten Projektlaufzeit zwei Seminarreihen im Bereich „Ausbildungsmarketing 4.0“ angeboten.

2 Seminarreihe „Ausbildungsmarketing 4.0“

Mit der Seminarreihe „Ausbildungsmarketing 4.0“ unterstützt das Projekt kleine und mittlere Unternehmen bei der Gewinnung und Bindung von Auszubildenden, denn die Kommunikation mit potenziellen Bewerberinnen und Bewerbern verlagert sich weitestgehend in die digitale Welt.

Die Seminarreihe besteht aus mehreren Veranstaltungen zu Themen rund um das Ausbildungsmarketing 4.0. Es werden sowohl Ausbilder/innen, Auszubildende und Führungskräfte sowie Auszubildende angesprochen, die so im Unternehmen gemeinsam als Tandem das eigene Ausbildungsmarketing vorantreiben können. Während der Projektlaufzeit wird die Seminarreihe vom Projektteam begleitet, das heißt, die Terminierung sowie die weitere Organisation vorgenommen, Referierende für bestimmte Seminare angefragt und gebucht sowie im Nachgang jedes einzelne Seminar evaluiert und gegebenenfalls Korrekturen vorgenommen. Die Seminare werden als Präsenz- oder Onlineveranstaltung angeboten und als Vortrags- oder Diskussionsveranstaltungen durchgeführt.

Der Seminarübersicht ab Seite 5 kann entnommen werden, welches Seminar für welche Zielgruppe geeignet ist. Anhand der Seminarübersicht werden die einzelnen Seminare geplant, die Inhalte werden in Abstimmung mit dem jeweiligen Referenten/der jeweiligen Referentin ergänzt bzw. angepasst.

Abbildung 1, Seite 4 zeigt den Weg des Tandems (Auszubildende, Ausbilder/innen, Führungskräfte und Auszubildende bilden gemeinsam das Tandem) von der Einführung zum Ausbildungsmarketing 4.0 bis zur Abschlussveranstaltung. Das Tandem versinnbildlicht den Gedanken der gemeinsamen und erfolgreichen Teilnahme an der Seminarreihe.

IHR WEG ZUM ERFOLGREICHEN **AUSBILDUNGSMARKETING**



Abbildung 1: Themenübersicht der Seminarreihe

2.1 Zielsetzung der Seminarreihe

Mit der Seminarreihe wird das Ziel verfolgt, kleine und mittlere Unternehmen beim Ausbildungsmarketing 4.0 zu stärken. Durch die Seminarreihe sollen Unternehmen bei der Gewinnung und Bindung von Auszubildenden und jungen Fachkräften unterstützt werden. Sie gibt einen Einblick in verschiedenste Themengebiete, hilft den Arbeitgebern sich zielgerichtet zu positionieren und bereitet Unternehmen auf die Gewinnung von Auszubildenden vor. Mit Hilfe der Seminarreihe werden Wege aufgezeigt, wie Unternehmen mögliche Methoden zum Ausbildungsmarketing im Betrieb einführen bzw. intensivieren können. Eine individuelle Beratung und Unterstützung durch das Projektteam ist dabei sowohl während als auch nach der Teilnahme an der Seminarreihe möglich.

2.2 Zielgruppen der Seminarreihe

Ein wesentlicher Baustein im Projekt ist die gleichzeitige Ansprache von Inhaberinnen und Inhabern, Auszubildenden sowie Mitarbeitenden von KMU. So wird insbesondere beim Ausbildungsmarketing 4.0 auf die Bildung eines „Digital-Tandems“ gesetzt. Fach- und Führungskräfte sowie Inhaberinnen und Inhaber sollen erfahren, dass sie mit Hilfe ihrer Auszubildenden oder jungen Fachkräfte Instrumente

aus dem Ausbildungsmarketing 4.0 für die Gewinnung von Auszubildenden besser umsetzen können. Um das Tandem zu vervollständigen, ist hier das Ziel, auch Auszubildende und junge Fachkräfte in die Teilnahme einzubinden. Einige Seminare sind dabei auf beide Zielgruppen gemeinsam ausgerichtet, bei anderen Seminaren werden die Zielgruppen getrennt voneinander zu unterschiedlichen Themen geschult.

2.3 Themenentwicklung

Zum Start des Projektes erfolgte mit Hilfe einer Onlineumfrage eine Bedarfserhebung bei KMU aus der Region. Zusätzlich finden in der gesamten Projektlaufzeit Beratungsgespräche statt, die bereits vor dem Start der ersten Seminarreihe einen hohen Bedarf im Bereich Ausbildungsmarketing 4.0 widerspiegeln und daher einen großen Beitrag zur Themenauswahl leisten. Der Umgang mit der Digitalisierung in der Aus- und Weiterbildung findet in jedem Unternehmen unterschiedlich statt. Daher bindet die Seminarreihe alle KMU mit ein, unabhängig von dem Digitalisierungsfortschritt. Die einzelnen Seminare können somit ohne Vorkenntnisse besucht werden und sind auf die Interessen der Mitgliedsunternehmen der Ems-Achse abgestimmt.

2.4 Themen der Seminarreihe

In der gesamten Projektlaufzeit finden zwei Seminarreihen statt. Die erste Seminarreihe startet im September 2020 und umfasst neun Seminare, wobei die fünfte und siebte Veranstaltung aufgegliedert und jeweils von nur einer Zielgruppe besucht werden. Folgend finden sich die geplanten Seminare und Seminarinhalte wieder. Nach Abschluss der ersten Seminarreihe werden notwendige Änderungen oder Ergänzungen für den geplanten zweiten Durchlauf durch eine Evaluation und der Rückmeldungen aus Beratungsgesprächen vorgenommen. Dieses Konzept spiegelt die Planungen für den ersten Durchlauf wieder.

Seminar 1 „Ausbildungsmarketing 4.0“

Im ersten Seminar werden den Teilnehmenden das Projekt „Digital-Tandem“ und die Themen der Seminarreihe vorgestellt. Die Teilnehmenden erhalten eine Einführung in das Ausbildungsmarketing 4.0 und einen Einblick in das Candidate Journey. Es werden zusätzlich Fakten zu den Themen Demographie

und Bildungswege präsentiert, um die Schwierigkeit der Azubi-Gewinnung deutlich zu machen. Zusätzlich wird auf die Generation Z und deren Erwartungen an die Unternehmen eingegangen. Des Weiteren werden ergänzende Maßnahmen im Recruiting behandelt (u.a. Social Media), welche jedoch im Seminar 7a näher betrachtet werden. Ziel ist es, alle Teilnehmenden zum Thema Ausbildungsmarketing 4.0 zu sensibilisieren und die Notwendigkeit vom Ausbildungsmarketing klar darzustellen. An der ersten Veranstaltung nehmen beide Zielgruppen des Tandems gleichzeitig teil, um einen niedrigschwelligen Einstieg in die Thematik zu ermöglichen.

| | | |
|------------------------------|---|---|
| Thema | Ausbildungsmarketing 4.0 | |
| Zielgruppe | Ausbildende Ausbilder/-innen Führungskräfte | Auszubildende Junge Fachkräfte |
| Inhalt | <ul style="list-style-type: none"> • Candidate Journey • Demographie und Bildungswege • Zielgruppenanalyse • Ansprache und Erwartungen der Zielgruppe • Ergänzende Maßnahmen im Recruiting (Social Media, Storytelling...) | |
| Geplante Durchführung | September 2020 | |

Seminar 2 „Karriereseiten“

Um auf das eigene Unternehmen aufmerksam zu machen, ist die Homepage mit der eigenen Karriereseite der zentrale Punkt. Verschiedene Gründe führen zu fehlenden, unvollständigen oder veralteten Karriereseiten – fehlendes Know-How, zeitliche oder finanzielle Ressourcen. In diesem Seminar wird ein Best-Practice Unternehmen seine eigene Karriereseite und die Vorteile und Möglichkeiten dieser vorstellen. Zusätzlich werden u.a. die Notwendigkeit und der Aufbau von Karriereseiten aufgezeigt. Somit erhalten die Teilnehmenden eine Basis für eine eigene Unternehmenswebsite oder gar eine eigene Karriereseite.

Zum Start des Projektes erfolgte eine Bedarfserhebung. Diese ergab, dass 32 Prozent der befragten Unternehmen im Rekrutierungs- und Einstellungsprozesse keine eigene Karrierewebsite nutzen (siehe Anhang). Aufgrund dessen erfolgte die Planung dieses Seminars, bei dem erneut beide Tandem-Mitglieder teilnehmen können.

| Thema | Karriereseiten | |
|-----------------------|---|-----------------------------------|
| Zielgruppe | Ausbildende Ausbilder/-innen Führungskräfte | Auszubildende Junge Fachkräfte |
| Inhalt | <ul style="list-style-type: none"> • Notwendigkeit von Karriereseiten • Aufbau und Inhalt einer Karriereseite • Worauf kommt es bei der Gestaltung der Karriereseite an? | |
| Geplante Durchführung | September 2020 | |

Seminar 3 „Ausbildungsbotschafter/in“

Das Seminar Ausbildungsbotschafter/in findet in Zusammenarbeit mit der Fachkräfteinitiative der Wachstumsregion Ems-Achse statt. Es besteht die Möglichkeit, sich bei der Wachstumsregion Ems-Achse als Ausbildungsbotschafterin bzw. -botschafter schulen zu lassen. Beim Seminar lernen Auszubildende, junge Fachkräfte sowie Ausbildende, Ausbilder/innen und Führungskräfte das Projekt Ausbildungsbotschafter/in kennen. Sie erhalten einen Einblick in die Aufgaben als Botschafterin oder Botschafter. Besonders Auszubildende werden über die Rolle informiert. Ziel ist es, Auszubildende als Repräsentanten ihrer Ausbildung/ihres Unternehmens zu gewinnen.

Dieses Seminar wird aufgrund einer hohen Nachfrage zum Projekt „Ausbildungsbotschafter“ der Fachkräfteinitiative angeboten, um Unternehmen die Möglichkeit zu geben, sich über Ausbildungsbotschafter zu informieren und sich dadurch bei potenziellen Auszubildenden präsentieren zu können.

| Thema | Ausbildungsbotschafter/in | |
|-----------------------|--|-----------------------------------|
| Zielgruppe | Ausbildende Ausbilder/-innen Führungskräfte | Auszubildende Junge Fachkräfte |
| Inhalt | <ul style="list-style-type: none"> • Was ist ein/e Ausbildungsbotschafter/in? • Aufgaben von Ausbildungsbotschaftern/innen | |
| Geplante Durchführung | Oktober 2020 | |

Seminar 4 „Storytelling“

Die Umfrage hat ergeben, dass bei mehr als 50 Prozent der Teilnehmenden ein hoher bzw. eher hoher Bedarf am Storytelling-Seminar vorhanden ist, denn nicht mehr nur klassische Werbung wird von Unternehmen beim Ausbildungsmarketing eingesetzt, sondern auch das Storytelling, um durch Geschichten den emotionalen Zugang zu potenziellen Bewerbern zu erreichen. Den Teilnehmenden wird in diesem Seminar gezeigt, worauf sie bei der Ansprache einer Zielgruppe achten müssen, welcher Inhalt erfolgsversprechend ist und wie dieser Content am besten übermittelt werden kann. Sie bekommen Impulse, wie sie durch ihre Geschichten an Reichweite gewinnen und diese festigen können. Es werden abschließend Denkanstöße mitgegeben. Bei diesem Seminar ist das Tandem vollständig – Ausbildende, Ausbilder/innen, Führungskräfte und Auszubildende und junge Fachkräfte können am Seminar teilnehmen.

| Thema | Storytelling | |
|-----------------------|--|-----------------------------------|
| Zielgruppe | Ausbildende Ausbilder/-innen Führungskräfte | Auszubildende Junge Fachkräfte |
| Inhalt | <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Storytellings • Mögliche Inhalte beim Storytelling • Impulse und Denkanstöße zum Storytelling | |
| Geplante Durchführung | Oktober 2020 | |

Seminar 5a „Social Media Guidelines“

Mehr als 60 Prozent der Umfrageteilnehmer zeigten Schulungsinteresse zum Thema „Rechtliche Grundlagen auf Social Media“ (siehe Anhang), denn nicht geprüfte Beiträge können zu Problemen beim Urheberrecht oder Datenschutz führen. Rechtliche Hintergründe sind viel diskutierte Themen, die in diesem Seminar behandelt werden sollen. Zusätzlich werden Methoden der Erfolgsmessung und des Reportings thematisiert, sodass die Teilnehmenden mit Hilfe von Tools und Kennzahlen ihre Reichweite und Erfolge messen können. Was gilt es also nun zu beachten, wenn man mit sozialen Netzwerken erfolgreicher werden möchte? Welche Fallstricken und Fehlerquellen gibt es? Diese Fragen werden in diesem Seminar beantwortet. Die Zielgruppen werden hier erstmals getrennt. Ausbildende, Ausbilder/innen erhalten notwendige Kenntnisse, um das Unternehmen rechtssicher im Bereich Ausbildungsmarketing zu führen.

| Thema | Social Media Guidelines | |
|-----------------------|--|---|
| Zielgruppe | Ausbildende Ausbilder/-innen Führungskräfte | - |
| Inhalt | <ul style="list-style-type: none"> • Rechtliche Hintergründe (DSGVO...) • Evaluation und Instrumente zur Erfolgsmessung von Social Media • Reporting: Ergebnisse zielgerichtet darstellen | |
| Geplante Durchführung | November 2020 | |

Seminar 5b „Social Media Etikette“

Um nicht nur Ausbildende, Ausbilder/-innen und Führungskräfte wichtige Impulse zu rechtlichen Grundlagen zu vermitteln, soll ebenfalls ein Seminar für Auszubildende und junge Fachkräfte angeboten werden. Egal auf welchem Social Media Kanal Unternehmen und deren Auszubildende vertreten sind, ist das Veröffentlichen von Beiträgen und das Verhalten in den sozialen Netzwerken auch für Auszubildende mit Risiken verbunden. Eine eindeutige Etikette hat sich in den sozialen Netzwerken jedoch nicht etabliert. Dieses Seminar soll Auszubildenden und jungen Fachkräften aufzeigen, welche Verhaltensweisen in den sozialen Netzwerken angebracht sind und welche nicht, um das Unternehmen seriös repräsentieren zu können. Dieses Seminar soll den Auszubildenden die notwendigen Kenntnisse vermitteln, um beim Veröffentlichen von Beiträgen sicher zu agieren.

| Thema | Social Media Etikette | |
|-----------------------|--|-----------------------------------|
| Zielgruppe | - | Auszubildende Junge Fachkräfte |
| Inhalt | <ul style="list-style-type: none"> • Verhaltensweisen auf Social Media • Umgang mit Social Media | |
| Geplante Durchführung | November 2020 | |

Seminar 6 „Videogestaltung“

Auch mit Bewegbildern ist es mittlerweile nicht ganz einfach, auf das eigene Unternehmen aufmerksam zu machen. Das Seminar Videogestaltung zeigt den Teilnehmenden einen neuen Weg zur Azubi-Gewinnung. Es werden gestalterisch-technische Tipps vorgestellt. Durch das Seminar sollen die Teilnehmenden aufgezeigt bekommen, wie sie mit einem Smartphone oder einem Tablet ein Video produzieren. Es werden Best-Practice Tipps vorgestellt, wie mit einfachen Mitteln ohne hohen Zeit- und Kostenaufwand wirkungsvolle und authentische Videos produziert werden können. An diesem Seminar haben beide Zielgruppen die Möglichkeit teilzunehmen.

Ein Seminar zum Thema Videogestaltung wurde bereits unabhängig von der Seminarreihe am Anfang der Corona-Pandemie durchgeführt, um Unternehmen weitere Wege der Azubi-Gewinnung aufzuzeigen. Aufgrund der hohen Nachfrage wurde dieses Seminar in die Seminarreihe mit aufgenommen.

| Thema | Videogestaltung | |
|-----------------------|---|-----------------------------------|
| Zielgruppe | Ausbildende Ausbilder/-innen Führungskräfte | Auszubildende Junge Fachkräfte |
| Inhalt | <ul style="list-style-type: none"> • Gestalterisch-technische Tipps zur Videogestaltung • Benötigtes Equipment bei der Videogestaltung • Kurze Best-Practice Fälle | |
| Geplante Durchführung | November 2020 | |

Seminar 7a „Social Media Marketing“

Durch die Verlagerung der Kommunikation zwischen Jugendlichen in die digitale Welt, kommt kaum ein Unternehmen noch um eigene Social Media Aktivitäten herum. 16 Prozent der Umfrageteilnehmenden verwenden zur Azubi-Gewinnung keine Social Media Kanäle. Um möglichst auch den teilnehmenden Unternehmen ohne Social Media Kanäle mehrere soziale Netzwerke vorzustellen, wurde das Seminar in die Seminarreihe aufgenommen. Es werden verschiedene Kanäle zur Azubi-Gewinnung vorgestellt und die vorhandenen Kenntnisse intensiviert. Außerdem werden Tipps für die Einführung und Betreuung dieser Social Media Kanäle gegeben. Die Teilnehmenden sind nach der Teilnahme in der Lage, geeignete Kanäle zu verwalten, um ihr Ausbildungsmarketing zu stärken und die Chance zu erhöhen, die ausbildungsrelevante Zielgruppe anzusprechen. Beim siebten Seminar wird das Tandem erneut getrennt. Am Social Media Marketing nehmen Ausbildende, Ausbilder/innen und Führungskräfte teil.

| Thema | Social Media Marketing | |
|-----------------------|--|---|
| Zielgruppe | Ausbildende Ausbilder/-innen Führungskräfte | - |
| Inhalt | <ul style="list-style-type: none"> • Social Media Grundlagen • Mögliche Kanäle zur Azubi-Gewinnung • Tipps zur Einführung von Social Media Kanälen • Inhalte von Social Media Kanälen • Zielgruppengerechte Ansprache | |
| Geplante Durchführung | Dezember 2020 | |

Seminar 7b „Junior Think Tank“

Um neue Impulse für die zukünftige Gestaltung des Ausbildungsmarketings in Unternehmen zu erarbeiten, nehmen Auszubildende und junge Fachkräfte an diesem Seminar teil. Im Rahmen dieses Seminars sollen die Teilnehmenden Ansätze und neue Ideen fürs Ausbildungsmarketing 4.0 erarbeiten. Hier wird die Nähe der Auszubildenden zur Zielgruppe des Azubi-Marketings (Schülerinnen und Schüler, potenzielle Auszubildende) genutzt und ihnen die Möglichkeit gegeben, kreative Ideen zu entwickeln. Es geht konkret um Instrumente bzw. Methoden mit dem Ziel, Jugendliche für eine Berufsausbildung zu gewinnen. Die Ergebnisse des Junior Think Tanks werden in der Abschlussveranstaltung den Ausbildenden, Ausbilder/innen und Führungskräften vorgestellt und diskutiert.

| Thema | Junior Think Tank | |
|-----------------------|---|-----------------------------------|
| Zielgruppe | - | Auszubildende Junge Fachkräfte |
| Inhalt | <ul style="list-style-type: none"> • Neue Ideen fürs Ausbildungsmarketing • Mögliche innovative Ideen zur Azubi-Gewinnung | |
| Geplante Durchführung | Dezember 2020 | |

Seminar 8 „Zusatzqualifikationen“

Die Umfrage hat ergeben, dass mehr als 60 Prozent der Teilnehmenden Bedarf an Aus- und Weiterbildungsangeboten in der Region sehen (siehe Anhang), denn bereits während der Ausbildung haben Auszubildende die Möglichkeit ihre Kompetenzen zu erweitern. In diesem Seminar bekommen die Teilnehmenden Wege der persönlichen Entwicklung und Weiterbildung aufgezeigt - egal ob während der Ausbildung oder nach einer bereits erfolgreichen abgeschlossenen Ausbildung. In diesem Seminar werden die Voraussetzungen für Zusatzqualifikationen behandelt. Außerdem werden Weiterbildungsangebote aus der Region für Auszubildende aufgezeigt. Dieses Seminar ist für beide Zielgruppen geeignet, denn auch Auszubildende können mit Weiterbildung sowohl den eigenen Fachkräftebedarf decken, Mitarbeitende längerfristig binden als auch ihre Angebote zur Mitarbeiter-/Azubi-Gewinnung nutzen.

| Thema | Zusatzqualifikationen | |
|-----------------------|---|-----------------------------------|
| Zielgruppe | Ausbildende Ausbilder/-innen Führungskräfte | Auszubildende Junge Fachkräfte |
| Inhalt | <ul style="list-style-type: none"> • Wie können Auszubildende sich weiterbilden? • Welche Voraussetzungen gibt es? • Weiterbildungsangebote für Azubis in der Region | |
| Geplante Durchführung | Januar 2021 | |

Seminar 9 „Abschlussveranstaltung“

Die letzte Veranstaltung wird die Seminarreihe abschließen. Es findet ein Austausch zwischen den Teilnehmenden statt. Neue Erkenntnisse werden diskutiert und Implementierungen in den betrieblichen Alltag vorgestellt. Welche Methoden und Impulse waren besonders erfolgreich, welche weniger? Zusätzlich werden die Ergebnisse des „Junior Think Tank“-Seminars vorgestellt und zum Abschluss gebracht. Des Weiteren können Themenvorschläge für die zweite Seminarreihe eingebracht und aufgenommen werden. An der Abschlussveranstaltung nehmen beide Zielgruppen gleichzeitig teil.

| Thema | Abschlussveranstaltung | |
|-----------------------|--|-----------------------------------|
| Zielgruppe | Ausbildende Ausbilder/-innen Führungskräfte | Auszubildende Junge Fachkräfte |
| Inhalt | <ul style="list-style-type: none"> • Zusammenfassung des Gelernten • Vorher-Nachher-Vergleiche • Ergebnisse aus dem Junior Think Tank • Vorstellung von Methoden zur Erprobung und Implementierung des Gelernten • ggfs. Erfahrungsaustausch nach der Implementierung in den betrieblichen Alltag | |
| Geplante Durchführung | Januar 2021 | |

3 Öffentlichkeitsarbeit

Die Seminarreihe wird auf verschiedenen Kanälen beworben und für unterschiedliche Zielgruppen sichtbar gemacht:

Rundschreiben

Zum Start der Seminarreihe werden die Mitglieder der Wachstumsregion Ems-Achse postalisch über die Seminarreihe informiert und zur Teilnahme eingeladen.

Social Media Kanäle

Zur Bewerbung der Seminarreihe werden kurze Videos und weitere Beiträge erstellt und auf unterschiedlichen Social Media Kanälen veröffentlicht. Dadurch werden die jeweiligen Zielgruppen über die bevorstehenden Seminare informiert.

Website

Auf der Website der Wachstumsregion Ems-Achse findet sich ein Einblick in die Seminarreihe wieder. Dort werden auf info.emsachse.de/seminarreihe.html die Themen, Zielgruppen der Seminare und das Durchführungsdatum veröffentlicht. Auf emsachse.de/veranstaltungen.html werden Veranstaltungen der Ems-Achse aber auch der Kompetenzzentren der Ems-Achse beworben. Die Seminare werden ebenfalls einzeln auf dieser Seite beworben. Zusätzlich besteht die Möglichkeit, sich dort über ein Ticketsystem für die Seminare anzumelden.

Newsletter

Im zweiwöchigen Rhythmus erscheint der Newsletter für Mitglieder der und Interessierte an der Ems-Achse. Hier ist es vorgesehen, die Seminarreihe und die einzelnen Seminare zu bewerben.

Unternehmensbesuche/Beratungsgespräche

Bei Unternehmensbesuchen oder Beratungsgesprächen werden die Gesprächspartner über das Projekt und die Seminarreihe aufmerksam gemacht und als Teilnehmende oder Referierende eingeladen.

Multiplikatoren

Bei der Bewerbung der Seminarreihe werden zusätzlich Multiplikatoren, wie Netzwerkpartner oder Kammern, einbezogen und Informationen über die jeweiligen Newsletter gestreut.

Flyer

Besonders für persönliche Gespräche, aber auch in digitaler Form steht ein Flyer über die Seminarreihe zur Verfügung, der auf info.emsachse.de/seminarreihe.html abgerufen werden kann.

Abschluss

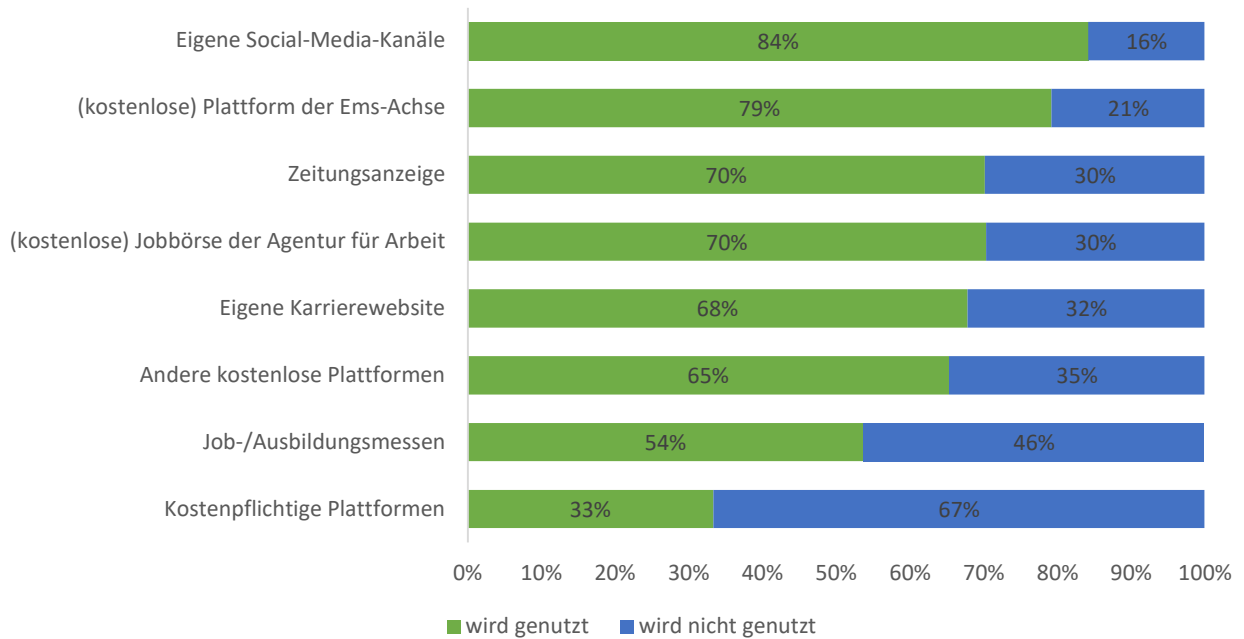
Mit Hilfe des „Digital-Tandems“ werden KMU aus der Region unterstützt, die Herausforderungen, die sich durch die Digitalisierung ergeben, zu bewältigen. Die KMU kennen nach der Teilnahme an der Seminarreihe mögliche Instrumente des Ausbildungsmarketings 4.0. Sie können das Unternehmen zielgerichtet positionieren und ausgewählte Zielgruppen auf ihr Unternehmen aufmerksam machen. Durch die Vorstellungen unterschiedlicher Möglichkeiten zur Azubi-Gewinnung können diese Instrumente wiederkehrend eingesetzt werden, sodass die Unternehmen als Ausbildungsbetriebe eine größere Reichweite erzielen. Bestenfalls findet nach der Teilnahme an der Seminarreihe eine Strategieentwicklung bei den Ausbildungsbetrieben statt, die aus dem Bündel der Maßnahmen entsteht.

Zusätzlich wird durch die gemeinsame Teilnahme der Auszubildenden, Ausbilder/innen etc. und den Auszubildenden ein Grundstein zur Mitarbeiterbindung gelegt.

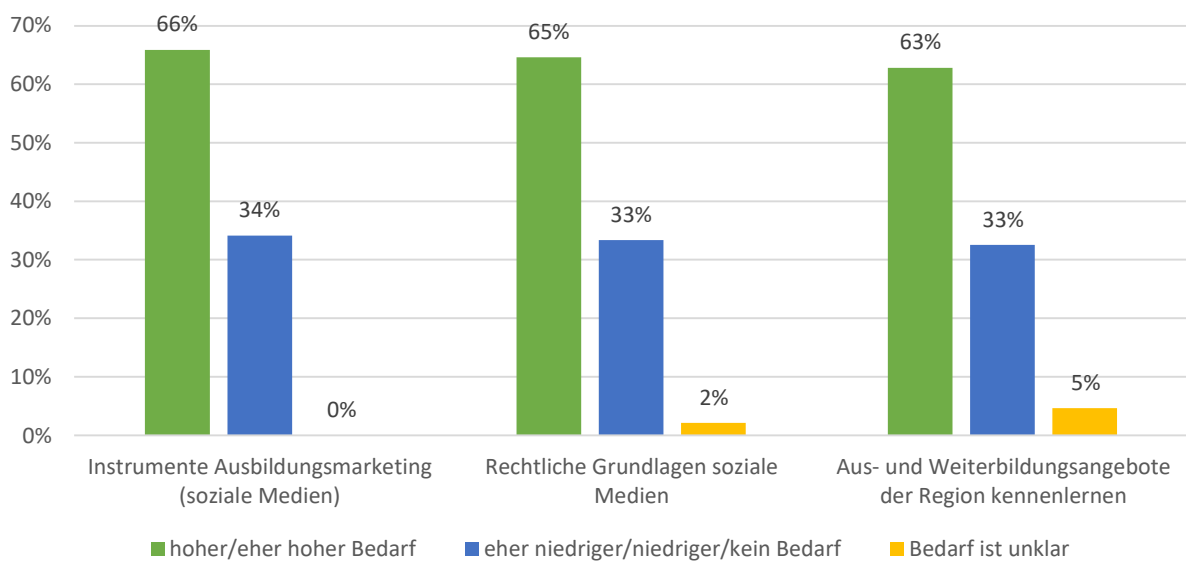
Nach Abschluss der ersten Seminarreihe findet eine Evaluation der Seminare statt. Bereits während des ersten Durchlaufs werden mögliche Themen für den zweiten Durchlauf aufgenommen, sodass die Seminare weiterentwickelt und weitere Themen vorbereitet werden können.

Anhang

Welche dieser Werkzeuge werden in Ihrem Unternehmen im Rekrutierungs- und Einstellungsprozess genutzt?



Bedarf an Seminarthemen



Bedarf an Seminarthemen

