

# Die drei A des digitalen Azubi-Marketings

Anregungen und Tipps für die Gewinnung von Auszubildenden im Handwerk

Dr. Dirk Bunzel, Cora Dobes, Till Neitsch

Ausbildungsbetrieb

Auszubildende

Auftritt



# Ziel und Inhalt

Das Projekt ‚Digitale Ausbildungskompetenzen für das Handwerk‘ (DAKs) der Handwerkskammer Berlin hilft bei der Ausbildungsgestaltung in Zeiten der Digitalisierung. Den hier vorliegenden Anregungen und Hinweisen liegen Erfahrungen aus **zahlreichen Gesprächen mit Berliner Handwerksbetrieben** zu Grunde. Damit wollen wir Sie beim digitalen Azubi-Marketing unterstützen. Von der Suchmaschinenoptimierung bis zur Gestaltung der Ausbildungsseite: Die folgenden Anregungen und Tipps helfen Ihnen dabei, ihren Internetauftritt für die Ansprache von Auszubildenden zu optimieren.

Drei **A** bestimmen Ihren Erfolg beim digitalen Azubi-Marketing:

- Als **Ausbildungsbetrieb** müssen Sie sich klar darüber sein, warum Sie ausbilden und wofür Ihr Unternehmen steht. Wir helfen Ihnen bei der Entwicklung einer digitalen Unternehmensidentität.
- Sie müssen diese Identität klar und überzeugend kommunizieren. Ihr **Auftritt** im Internet ist entscheidend.
- Schließlich wollen Sie die **Auszubildenden** davon überzeugen, dass Sie der Ausbildungsbetrieb ihrer Wahl sind.

# Was erwartet Sie?

In den Abschnitten **Ausbildungsbetrieb** und **Auszubildende** finden Sie zahlreiche Fragen, die zur Reflexion über Ausbildung und Auszubildende anregen.

Mit diesen **Fragen** wird der Abschnitt **Auftritt**, in dem es um Ihre digitale Identität als Ausbildungsbetrieb geht, vorbereitet. Dort finden Sie Erläuterungen zum digitalen Azubi-Marketing und konkrete Hinweise für die Gestaltung Ihrer Azubi-Webseite.

Ein Bereich für **Notizen** oder Gedankenstützen steht Ihnen unter jeder Seite zur Verfügung.

Den Abschluss bildet eine **Checkliste**, auf der die wichtigsten Anregungen und Gestaltungshinweise noch einmal zusammengefasst sind.

# Ausbildungsbetrieb





# Der Ausbildungsbetrieb

Qualifizierte und motivierte Jugendliche sind als Azubis gefragt. Oft können sie sich ihren Ausbildungsplatz aussuchen. Daher ist es wichtig, um diese Auszubildenden zu werben.

Überlegen Sie, was Ihr Unternehmen anbieten kann!

## Beispiele:

- Festanstellung nach bestandener Ausbildung
- Berufsbekleidung / Eigenes Werkzeug
- Übernahme der Kosten des Internatsaufenthalts (Berufsschule)
- Ticket für den öffentlichen Nahverkehr
- Weiterbildungen / umfangreiche Ausbildung
- Übertarifliche Bezahlung / Weihnachtsgeld / Urlaubsgeld
- Hilfe bei der Wohnungssuche
- Kurze Dienstwege / Familienbetrieb
- Zuschuss zum (LKW-)Führerschein
- Feste / Events / Teilnahme an Wettbewerben
- Karrierechancen
- Familienfreundliches Unternehmen / Teilzeitausbildung





# Auszubildende







# Die Auszubildenden

Der Pool an Auszubildenden umfasst mehr als Schulabsolventen: Ältere Menschen, Menschen mit Behinderung, Geflüchtete, Studienaussteiger/-innen, ...

Jede dieser Zielgruppen wünscht sich individuelle Ansprache.

Sprechen Sie gezielt die Gruppe an, die Sie als Azubis gewinnen möchten. Falls Sie gerne **ältere Bewerber/-innen** oder **Geflüchtete** in ihr Team aufnehmen möchten, schreiben sie das so auf ihre Webseite. **Studienaussteiger/-innen** locken Sie mit Weiterbildungsmöglichkeiten und Zusatzqualifikationen während der Ausbildung. Erwähnen Sie, ob ihr Betrieb **barrierefrei** ist.

Zielgruppenübergreifend und überregional erlauben Ihnen folgende Plattformen ihr Ausbildungsangebot kostenfrei darzustellen:

- HWK-Lehrstellenbörse:  
[hwk-berlin.de/artikel/lehrstellen-und-praktikumsboerse-91,0,262.html](http://hwk-berlin.de/artikel/lehrstellen-und-praktikumsboerse-91,0,262.html)
- Jobbörse der Bundesagentur für Arbeit:  
[jobboerse.arbeitsagentur.de](http://jobboerse.arbeitsagentur.de)
- Ebay Kleinanzeigen: [ebay-kleinanzeigen.de](http://ebay-kleinanzeigen.de)

# Auftritt

# Die Ausbildungsseite

Die Ausbildungsseite ist das **Herzstück** Ihres digitalen Auftritts. Dort wollen Sie alle relevanten Informationen übersichtlich platzieren. Und dort soll die Aufmerksamkeit Ihrer Zielgruppe bleiben.

Deshalb: Verlinken Sie nicht auf externe Seiten.

Inhalt einer Ausbildungsseite:

- Vorstellung als Ausbildungsbetrieb
- Welche Ausbildung(en) biete ich an?
- Ablauf der Ausbildung / Ort der Ausbildung
- Was umfasst die Ausbildung?  
In der Berufsschule, Im Betrieb?
- Was biete ich meinen Azubis?
- Was erwarte ich von meinen Azubis?
- Erfahrungsberichte von Azubis
- Kontaktinformationen
- Bewerbungsinformationen

Notizen:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

# Bewerbung

Viele Jugendliche schreiben das **erste Mal** eine Bewerbung. Daher sollte genau beschrieben werden, welche Unterlagen Sie benötigen und **wie** das Bewerbungsverfahren abläuft.

Sollten Sie Wert auf ein Anschreiben legen, stellen Sie bitte dar, was es enthalten soll.

Sprechen Sie eine Einladung aus: *„Du hast Interesse oder Fragen? Ruf uns an, oder schreib uns.“*

- Bewerbungen per E-Mail sind immer noch sehr beliebt. Geben eine eigene E-Mail-Adresse für Bewerbungen an
- Benennen Sie einen Ansprechpartner/-in mit Foto
- E-Mail & Telefonnummer oder Messengerdienst als Kontakt angeben
- Aufzählung, welche Unterlagen benötigt werden

Umgang mit Bewerberdaten:

In Ihrer **Datenschutzerklärung** muss beschrieben werden, wie mit Bewerbungen (digital und analog) umgegangen wird. Bei Fragen hierzu wenden Sie sich bitte an die Rechtsabteilung der Handwerkskammer.



# Suchmaschinen

Die **erste** Anlaufstelle für die Suche im Internet sind Suchmaschinen - auch für Jugendliche. Daher ist es wichtig, dass Ihre Webseite nicht **nur für Kunden/-innen** auffindbar ist, sondern auch für Ausbildungsinteressenten.

Beachten Sie dabei, dass:

- Sie Wörter wie ‚Ausbildung‘, ‚Ausbildungsbetrieb‘, ‚Stadtname‘ und den ‚Stadtteil‘ auf der Ausbildungsseite und in den Keywords benennen
- Sie einen Link mit der Aufschrift ‚Ausbildung‘ im Menü der Startseite verankern
- Sie die männliche und weibliche Berufsbezeichnung verwenden: z. B. Tischler und Tischlerin
- Sie eine Suchmaschinenoptimierung (SEO) für ihre Ausbildungsseite durchführen. Sie können sich diesbezüglich auch an eine Web-Agentur wenden

Je öfter Sie etwas Neues auf Ihre Internetseite hochladen, bzw. Ihre Ausbildungsseite verändern, umso weiter oben landen Sie in den Suchresultaten. Aktuelle Seiten werden von Suchmaschinen bevorzugt. Schlagworte auf der Homepage erhöhen die Auffindbarkeit.

# Texte, Fotos und Videos

Texte, Fotos und Videos nehmen bei jugendlichen Bewerbern/-innen einen großen Stellenwert ein. Daher sollten Sie nicht nur in Textform über die Ausbildung in ihrem Betrieb informieren. **Lassen Sie Bilder für sich sprechen.**

Achten Sie bei der Gestaltung von Texten auch auf Abwechslung, da Textblöcke oft als langweilig empfunden werden. Nutzen Sie Stilmittel (kursiv, fett, Aufzählungszeichen, etc.).

## **Fotos:**

- Authentische Fotos geben einen Einblick in den Berufsalltag (achten Sie dabei auf die Einhaltung der Arbeitsschutzvorschriften)
- Handy-Fotos sind von der Qualität her ausreichend für den Internetauftritt. Sie müssen kein/-e Fotografen/-in engagieren
- Beachten Sie die **Persönlichkeitsrechte** (Recht am eigenen Bild) Ihrer Mitarbeiter/-innen

## **Videos:**

- Videos erhöhen den Wert ihrer Ausbildungsseite
- Im Video sollte der Ausbildungsberuf vorgestellt werden (am besten von einem Auszubildenden)
- Es sollte nicht länger als 2–3 Minuten sein
- Sie müssen kein eigenes Video erstellen. Jedes YouTube-Video darf verwendet und eingebunden werden

Die Nutzung von YouTube muss in Ihrer Datenschutzerklärung erwähnt werden. Bei Fragen hierzu wenden Sie sich an die Rechtsabteilung der Handwerkskammer.

# Soziale Medien

**Achtung:** Ein guter Auftritt in Sozialen Medien muss geplant, umgesetzt und gepflegt werden. Das erfordert **erhebliche Ressourcen:** Zeit, Personal, Equipment. Wenn die zeitlichen, technischen oder personellen Möglichkeiten nicht vorhanden sind, ist ein erfolgreicher Einsatz von Sozialen Medien nicht zu realisieren. Mehr noch: Ein suboptimaler Auftritt kann im schlimmsten Fall kontra-produktiv wirken.

Soziale Medien können Ihnen vielseitige Möglichkeiten bieten, den eigenen Betrieb als Ausbildungsplatz zu bewerben, Reichweite zu generieren und Interesse bei potenziellen Auszubildenden zu wecken. Dennoch ist eine **gute Ausbildungsseite wichtiger** als der Auftritt in Sozialen Medien.

Für die erfolgreiche Nutzung im digitale Azubimarketing ist vor allem die Popularität des Sozialen Netzwerks für die Zielgruppe ausschlaggebend. Die Popularität ist jedoch stark von **Trends** abhängig. Derzeit zählen Instagram, YouTube und TikTok zu den populärsten Netzwerken unter Jugendlichen. Ältere Bewerber/-innen sind auch noch auf Facebook zu finden (Stand Frühjahr 2020).

Wenn Sie sich für Azubimarketing in Sozialen Netzwerken entscheiden, müssen Sie **kontinuierlich** Beiträge erstellen. Für Instagram wären das mehrere Beiträge wöchentlich, am besten täglich.

Beachten Sie dabei die rechtlichen Grundlagen (Datenschutz, Persönlichkeitsrechte, u. Ä.) und wenden sich bei Fragen an die Rechtsabteilung der Handwerkskammer.

# Checkliste

1	Wird meine Website regelmäßig gepflegt?	
2	Habe ich ein Smartphone optimiertes Website-Design?	
3	Bin ich in diversen Suchmaschinen als Ausbildungsbetrieb weit vorne auffindbar?	
4	Kommen die Wörter Ausbildung, Lehre oder Ausbildungsbetrieb, im Text/als Link auf der Homepage vor?	
5	Werbe ich auch in Lehrstellenbörsen?	
6	Habe ich eine separate Ausbildungsseite?	
7	Gibt es eine gut sichtbare Verlinkung zur Ausbildungsseite auf meiner Startseite?	
8	Nenne ich meine Vorzüge als Ausbildungsbetrieb vor den Erwartungen an die Azubis?	
9	Ist meine Zielgruppe klar benannt?	
10	Ist ein/-e Ansprechpartner/-in für Fragen zur Ausbildung benannt?	
11	Ist der/die Ansprechpartner/-in durch ein Foto erkennbar?	
12	Ist eine gesonderte E-Mail für Bewerber/-innen hinterlegt?	

13	Sind die Bewerbungsunterlagen aufgelistet?	
14	Sind die Inhalte der Ausbildung klar benannt?	
15	Sind Orte und Ablauf der Ausbildung erläutert?	
16	Sind meine Erwartungen an künftige Azubis klar formuliert?	
17	Entsprechen meine Azubis diesen Anforderungen?	
18	Kann ich die Anforderungen einschränken?	
19	Verwende ich neben Text auch Bilder/Videos für die Ansprache?	
20	Sind die Texte kompakt und gut leserlich aufbereitet?	
21	Lasse ich meine Azubis zu Wort kommen?	
22	Verwende ich die Anrede (Du/Sie) einheitlich im Text?	
23	Achte ich auf den Datenschutz meiner Bewerber/-innen?	
24	Hatte ich schon positive Rückmeldungen von Azubis zu meiner Website?	

# Herausgeber

JOBSTARTER plus-Projekt „Digitale Ausbildungs-  
kompetenzen für das Handwerk (DAKs)“

## Handwerkskammer Berlin

Blücherstraße 68

10961 Berlin

+49 30 259 03-01

info@hwk-berlin.de

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).

Diese Publikation ist im Rahmen des JOBSTARTER plus-Projekts „Digitale Ausbildungskompetenzen für das Handwerk (DAKs)“ entstanden. Das Projekt wird aus Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung und des Europäischen Sozialfonds gefördert.

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung



Zusammen.  
Zukunft.  
Gestalten.

