



 **DAKS**
Digitale Ausbildungskompetenzen für das Handwerk

Digital – schon mal gemacht?

Das JOBSTARTER plus-Projekt „Digitale Ausbildungskompetenzen für das Handwerk“ (DAKs) gibt kleinen und mittelständischen Handwerksbetrieben in Berlin **Orientierung zum Thema Ausbildungsgestaltung in Zeiten der Digitalisierung**. Um die betriebliche Berufsausbildung zu stärken und die Ausbildungsbereitschaft der Handwerksbetriebe zu erhalten, erarbeiten wir im Rahmen der Projektaktivitäten konkrete und **individuelle Unterstützungsangebote** wie bspw.:

- ❖ digitale Maßnahmen zur **Gewinnung neuer Azubis**,
- ❖ digitale Strategien zur **Bindung von Azubis**,
- ❖ Sensibilisieren der Handwerksbetriebe zur **Bedeutung der Digitalisierung in der Ausbildung und Qualifizierung des Ausbildungspersonals**,
- ❖ Entwickeln und Erproben von Strategien, um **Gesellenprüfungsprozesse zu digitalisieren** und zu automatisieren.

Unser Ziel ist es, **die Unterstützungsangebote in die Betriebe zu bringen** und diese bei der Umsetzung zu begleiten. Deshalb freuen wir uns auf Ihr Feedback und Ihre Fragen, die Sie auch gern im Rahmen unserer Workshops oder Veranstaltungen persönlich einbringen können.

Ihr DAKs-Team



Das DAKs-Team

Sandra Bernien

- Projektleiterin -
Telefon: +49 30 25903-491
E-Mail: bernien@hwk-berlin.de

Julia Beyer

- Projektmitarbeiterin -
Telefon: +49 30 25903-493
E-Mail: beyer@hwk-berlin.de

Till Neitsch

- Projektmitarbeiter -
Telefon: +49 30 25903-492
E-Mail: neitsch@hwk-berlin.de

Handwerkskammer Berlin

Blücherstr. 68
10961 Berlin
Telefon: +49 30 25903-01
info@hwk-berlin.de
www.hwk-berlin.de



Der Azubi-Blog...

...ist eine Art **Online-Tagebuch**, in dem die Auszubildenden über ihren Alltag im Betrieb berichten. Dies kann über **Kurzberichte** in Textform, als **Fotodokumentationen** oder in **Videosequenzen** erfolgen. Um die Informationsaufnahme zu erleichtern und um **Textwüsten zu vermeiden**, sollten Textpassagen durch die Verwendung von Bildern/Videos aufgelockert werden. Den potenziellen Bewerber/-innen wird dadurch ein **authentischer Einblick** in den Ausbildungs- und Betriebsalltag gewährt. Die Verwendung **junger Sprache** baut die Distanz zwischen Arbeitgeber und Bewerber/-innen ab und macht fachlich schwierige Themen verständlich.



Chancen

- Die Hemmschwelle der Jugendlichen, Kontakt zu einem potenziellen Arbeitgeber aufzunehmen, ist aufgrund des Einsatzes junger Sprache gering
- Die Kommentarfunktion des Blogs ermöglicht es, direkt Kontakt zu dem Unternehmen aufzunehmen



Zu beachten

- Der Azubi-Blog sollte Vielseitigkeit bieten, weshalb mehrere Auszubildende mit der Pflege des Blogs betraut werden sollten
- Schulungen im Umgang mit einem Azubi-Blog sind ggf. notwendig
- Zeit für die Arbeit am Blog sollte zur Verfügung gestellt werden



Gewinnung von Auszubildenden

Implementierung des Azubi-Blogs

- **Schritt 1: Analyse und Planung**
Welche Zielgruppen möchten Sie ansprechen? Planen Sie im Voraus Zuständigkeiten sowie die Eigenschaften und Funktionen des Blogs.
- **Schritt 2: Technische Umsetzung und Test**
Lassen Sie den Blog durch geschultes Fachpersonal (intern oder extern) einrichten und testen.
- **Schritt 3: Schulung der Blog-Verantwortlichen**
Bieten Sie den Azubi-Blog-Verantwortlichen (regelmäßig) Schulungen im Umgang mit dem Blog an.
- **Schritt 4: Regeln und Inhalte festlegen**
Definieren Sie Kommunikationsregeln und sprechen Sie sich ab, welche Themen die Blogbeiträge beinhalten sollen und dürfen.

Kombinierbar mit...

Es bietet sich an, einen Azubi-Blog in Verbindung mit der **Azubi-Seite** zu nutzen. Auf der Webseite kann der Azubi-Blog an geeigneter Stelle verlinkt werden, wodurch er schnell auffindbar ist. Zudem kann der Blog zusätzlich zur Unternehmenswebseite einen Einblick in die Betriebsatmosphäre geben.

Best-Practice

Anregungen zur Gestaltung eines Azubi-Blogs finden Sie auf der Seite des Bundesverband für Holz & Kunststoff unter:

www.blog.born2bschreiner.de



Digitales Bewerbungsmanagement...

...steht für einen barrierefreien Bewerbungsprozess, der über ein **Online-Bewerbungsportal** oder per **E-Mail** abgewickelt wird. Der Aufwand einer Stellenausschreibung für die Betriebe kann damit gering gehalten werden. Beispielsweise ermöglicht die **digitale Verwaltung** der Unterlagen eine **automatisierte Archivierung** und **Eingangsbestätigung**. Zudem sind digitale Bewerbungen im Vergleich zu postalischen Bewerbungen für die Bewerber/-innen **weniger zeit- und kostenintensiv**. Eine konkrete Ansprechperson mit Foto und Namen nimmt Bewerber/-innen die Unsicherheit und die Bewerbung wird schneller abgeschickt.



Chancen

- Die Bewerbungen sind von überall abrufbar bzw. einsehbar
- Die Bewerber/-innenzahl steigt potenziell, da die Bewerbungskosten wie Porto, Kosten für Papier, Druck und Bewerbungsmappe entfallen
- Die Unterlagen liegen direkt digital vor und können archiviert werden



Zu beachten

- Für die Bedienung und Pflege eines Bewerbungsportals sollte das Personal geschult werden
- Die eigene Internetpräsenz sollte für die Nutzung mit mobilen Endgeräten optimiert sein



Gewinnung von Auszubildenden

Was benötigen Sie für ein digitales Bewerbungsmanagement?

- einen aktuell genutzten E-Mail-Account
- wenn möglich ein E-Mail-Konto ausschließlich für Bewerbungen
- ganz professionell: Unternehmenswebseite mit einer Bewerbungsplattform, auf der die Bewerbungen direkt hochgeladen werden können
- eine Idee, wie das digitale Gesamtkonzept Ihres Betriebs aussehen könnte
- Datenschutz-Grundverordnung muss berücksichtigt werden

Kombinierbar mit...

Ein professionelles digitales Bewerbungsmanagement-System lässt sich in die **Azubi-Seite** eines Unternehmens integrieren. Dies ermöglicht den Bewerber/-innen direkt im Anschluss an die Informationsbeschaffung die Bewerbung auf der Webseite hochzuladen.

Best-Practice

Ein Beispiel für ein integriertes Online-Bewerbungsportal finden Sie auf der Seite der Schreinerei Mayr unter:

<https://www.schreinerei-mayr.de/online-bewerbung.html>



Social-Media...

...ist ein Instrument, das direkt und indirekt zur Gewinnung neuer Auszubildender genutzt werden kann. Es bietet die Möglichkeit **konkrete Stellen zu bewerben**. Daneben tragen **positive Beiträge** zur Darstellung des Arbeitgeber-Images bei. Wichtig ist, stets **authentisch und realitätsnah** in den Posts zu bleiben. Differenzen fallen den potenziellen Bewerber/-innen spätestens beim direkten Kontakt auf und führen zu Enttäuschungen. Dies kann zur Folge haben, dass sich Bewerber/-innen gegen den Betrieb als neuen Arbeitgeber entscheiden. Die Sprache sollte der **Zielgruppe** entsprechen – die **Ansprache** über die **Du-Form** sollte daher abgewogen werden.



Chancen

- Positives Image des Arbeitgebers kann durch authentische Bilder und Posts transportiert werden
- Geringe Kosten
- Große Reichweite



Zu beachten

- Eine ganzheitliche Social-Media-Strategie sollte im Vorfeld erarbeitet werden
- Wenn keine Kontinuität in den Posts herrscht, gerät das Unternehmen schnell in Vergessenheit
- Soziale Medien dienen eher zum Vernetzen als sich zu informieren



Gewinnung von Auszubildenden

Welche Social-Media-Kanäle gibt es?

- Instagram
ist ein kostenloser Onlinedienst zum Bearbeiten und Teilen von Fotos und Videos.
- YouTube
ist eine Plattform zum Hochladen, Ansehen, Bewerten und Kommentieren von Videos.
- Snapchat
ist eine App zum Erstellen von Kurzvideos und bei Jugendlichen aktuell sehr populär.
- Facebook
wird von Jugendlichen nur noch wenig, von der aktuellen Elterngeneration eher genutzt.

Kombinierbar mit...

Die Unternehmenswebseite bietet die optimale Plattform, um auf sämtliche Unternehmensauftritte in den Social-Media-Kanälen zu verweisen. Kleine Icons der Facebook-, YouTube- und Instagram-Logos usw. mit einer hinterlegten Verlinkung führen zu schnellem Auffinden der Unternehmenspräsentation auf diesen Plattformen.

Best-Practice

Ein Beispiel für einen gelungenen Social-Media-Auftritt finden Sie auf der Seite des Zentralverbands des Deutschen Bäckerhandwerks e. V. unter:

<https://www.instagram.com/backdirdeinezukunft/>



Digitale Lehr- und Lernformen...

...nehmen einen zunehmend größeren Anteil im Lehr- und Lernprozess ein. Gerade die Generation der „Digital Natives“, die einen regelmäßigen Umgang mit den neuen Technologien gewohnt ist, fordert diese auch im Arbeitsalltag anzuwenden und einzusetzen. Die **hohe Flexibilität** aufgrund **zeit- und ortsunabhängigen Zugriffs** auf eine **Vielzahl von Lernmaterialien erleichtern** die Vorbereitung der Ausbildungsinhalte. Zugleich ermöglichen sie eine **Entlastung** des Ausbildungspersonals. Digitale Lernmedien können unter Beachtung des Urheberrechts leicht an **unterschiedliche Zielgruppen** angepasst werden.



Chancen

- Flexibel in Ort und Zeit
- Lerngeschwindigkeit ist individuell bestimmbar
- Langfristige Verfügbarkeit von Lernmaterialien
- Entlastung des Ausbildungspersonals



Zu beachten

- Erstellung und Pflege einer digitalen Lernplattform ist zeitintensiv und ggf. kostenintensiv
- Erfordert Selbstdisziplin der Nutzer/-innen



Gewinnung von Auszubildenden

Beispiele für Lernen mit digitalen Medien

- MOOCS (Massive Open Online Course) bezeichnet Onlinekurse, an denen ohne eine Zugangsbeschränkung teilgenommen werden kann.
- Blended Learning verbindet die Vorteile von E-Learning und Präsenzveranstaltungen (Flexibilität und Kommunikation).
- Interaktive Lernvideos sind Videos mit integrierten Fragen (Multiple Choice, Lückentext, Zuordnungsaufgaben).
- Freie Lernmaterialien (OER) sind Lernmaterialien, die frei zugänglich sind und ohne Nachfrage bei Urheber/-innen verwendet und angepasst werden dürfen.

Kombinierbar mit...

Digitale Lehr- und Lernformen lassen sich in die eigene Webseite integrieren. Es bietet sich bspw. an, Tutorials (Lernvideos) über die Plattform YouTube auf der **Azubi-Seite** zu integrieren. Das Lernvideo kann somit zugleich den eigenen Auszubildenden und weiteren lernwilligen Personen zugänglich gemacht werden.

Best-Practice

Anregungen für den Aufbau von Lernvideos finden Sie auf dem YouTube-Kanal von KFZ4me unter:

www.KFZ4me.de



Die Azubi-Seite...

...als Rubrik auf der ersten Ebene der Unternehmenswebseite zeigt das besondere Interesse des Betriebes Auszubildende zu finden. Die potenziellen Bewerber/-innen können sich auf der Azubi-Seite intensiv über die **Tätigkeit des Unternehmens**, die Ausbildung sowie über mögliche **Entwicklungsperspektiven** innerhalb des Betriebes informieren. Für den schnellen Überblick ist eine **einfache und klare Struktur** sowie eine **Navigation mit möglichst wenigen Ebenen** wichtig. Offene Stellen können online abgerufen werden und integrierte **Online-(Schnell-) Bewerbungsverfahren** ermöglichen eine sofortige Reaktion auf die ausgeschriebene Stelle.



Chancen

- Schnelle Information zum spezifischen Beruf und zu möglichen Entwicklungsperspektiven
- Mit wenig Aufwand als eigene Rubrik in die Unternehmenswebseite einzufügen



Zu beachten

- Die Azubi-Seite benötigt regelmäßige und professionelle Pflege der Inhalte
- Zielgruppenspezifische Ansprache berücksichtigen
- Die eigene Internetpräsenz sollte für die Nutzung mit mobilen Endgeräten optimiert sein



Gewinnung von Auszubildenden

Welche Inhalte bieten sich für eine Azubi-Seite an?

- Blogs, Interviews mit aktuellen Azubis und Mitarbeiter/-innen
- Informationen zum Beruf und zur Ausbildung
- Stellenausschreibungen und Online-(Schnell-)Bewerbungsportal
- Informationen „Was macht Sie als Ausbildungs-/Betrieb attraktiv?“
- Entwicklungsmöglichkeiten und Arbeitsfelder im Unternehmen nach der Ausbildung

Kombinierbar mit...

Die eigene Webseite ermöglicht die digitale Präsentation des Unternehmens. Sie ist zumeist die erste Anlaufstelle für die Informationsbeschaffung über einen Arbeitgeber. Daher bietet es sich an, die Azubi-Seite in die eigene Unternehmenswebseite zu integrieren. Besondere Wertschätzung können Unternehmen den (zukünftigen) Azubis entgegenbringen, indem sie die Azubi-Seite als eigene Rubrik in die Navigation aufnehmen.

Best-Practice

Ein Beispiel für den Aufbau einer Azubi-Seite finden Sie bei IFFLAND. HÖREN unter:

<https://hoerakustiker-werden.de/ausbildung.html>



Lehrstellen- und Online-Jobbörsen...

...ermöglichen eine Bewerber/-innen-Suche über die eigenen Präsentationskanäle hinaus. Die **Stellenausschreibung ist einer breiten Masse zugänglich** und erhöht die Chancen auf potenzielle Bewerber/-innen. Für die Bewerber/-innen gestaltet sich die Suche nach offenen Stellen über solche Portale leichter, da hier **komprimiert sämtliche offene Stellen einsehbar** sind. Gleichzeitig bieten **Filterfunktionen** die Möglichkeit, spezifiziert nach Wunschangeboten zu suchen.



Chancen

- Viele Angebote im Überblick
- Filterfunktionen ermöglichen das gezielte Auswählen der Angebote nach eigenen Wünschen
- Häufig besteht die Möglichkeit, Informationen zum Unternehmen und Bewerbungsprozedere zu hinterlegen



Zu beachten

- Gut strukturierte Navigation erforderlich
- Die Börsen sollten für die Nutzung mit mobilen Endgeräten optimiert sein



Gewinnung von Auszubildenden

Welche Arten von Jobbörsen gibt es?

- **Nicht-kommerziell und kommerziell**
Die Nutzung für die potenziellen Bewerber/-innen ist zumeist kostenfrei. Lediglich das Schalten von Anzeigen ist bei einigen (kommerziellen) Portalen kostenpflichtig.
- **Berufsspezifische Jobbörse**
Bei berufsspezifischen Jobbörsen werden Jobangebote einer bestimmten Branche beworben.
- **Regionale/ internationale Jobbörse**
Hier werden Jobangebote aus der näheren Umgebung bzw. aus dem Ausland aufgeführt.

Kombinierbar mit...

Die Lehrstellen- bzw. Jobbörse steht für sich. Es besteht jedoch die Möglichkeit, die Unternehmenswebseite mit der Stellenanzeige zu verlinken. Somit können die potenziellen Bewerber/-innen weitere Informationen zum Unternehmen und den Aufgabengebieten direkt von dort beziehen.

Best-Practice

Ein Beispiel für den Aufbau von Lehrstellenbörsen finden Sie unter:

<https://www.hwk-berlin.de/service-center/lehrstellen-und-praktikumsboerse/>

www.lehrstellen-radar.de



Der Azubi-Blog...

...ist eine Art **Online-Tagebuch**, in dem die Auszubildenden über ihren Alltag im Betrieb berichten. Dies kann über **Kurzberichte** in Textform, als **Fotodokumentationen** oder in **Videosequenzen** erfolgen. Um die Informationsaufnahme zu erleichtern und um **Textwüsten zu vermeiden**, sollten Textpassagen durch die Verwendung von Bildern/Videos aufgelockert werden. Das intensive Aufarbeiten der betrieblichen Aufgaben für die Berichterstattung unterstützt den Lerneffekt für die Auszubildenden. Die **Verantwortung** für den Azubi-Blog stärkt potenziell das Gefühl der Auszubildenden, sich gebraucht und ernstgenommen zu fühlen – dies **fördert die Bindung zum Betrieb**.



Chancen

- Fördert die Bindung der Auszubildenden an ihren Ausbildungsbetrieb
- Lerneffekt durch Rekapitulation der Arbeit und erneute Auseinandersetzung mit einzelnen Arbeitsschritten



Zu beachten

- Der Umgang mit dem Blog sollte geschult werden
- Den verantwortlichen Auszubildenden sollte regelmäßig ausreichend Zeit eingeräumt werden, um den Blog mit Inhalten zu füllen



Bindung von Auszubildenden

Implementierung des Azubi-Blogs

- **Schritt 1: Analyse und Planung**
Welche Zielgruppen möchten Sie ansprechen? Planen Sie im Voraus Zuständigkeiten sowie die Eigenschaften und Funktionen des Blogs.
- **Schritt 2: Technische Umsetzung und Test**
Lassen Sie den Blog durch geschultes Fachpersonal (intern oder extern) einrichten und testen.
- **Schritt 3: Schulung der Blog-Verantwortlichen**
Bieten Sie den Azubi-Blog-Verantwortlichen (regelmäßig) Schulungen im Umgang mit dem Blog an.
- **Schritt 4: Regeln und Inhalte festlegen**
Definieren Sie Kommunikationsregeln und sprechen Sie sich ab, welche Themen die Blogbeiträge beinhalten sollen und dürfen.

Kombinierbar mit...

Es bietet sich an, einen Azubi-Blog in Verbindung mit der **Azubi-Seite** zu nutzen. Auf der Webseite kann der Azubi-Blog an geeigneter Stelle verlinkt werden, wodurch er schnell auffindbar ist. Zudem kann der Blog zusätzlich zur Unternehmenswebseite einen Einblick in die Betriebsatmosphäre geben.

Best-Practice

Anregungen zur Gestaltung eines Azubi-Blogs finden Sie auf der Seite des Bundesverband für Holz & Kunststoff unter:

www.blog.born2bschreiner.de



Social-Media...

...bietet Unternehmen die Möglichkeit sich mit den Azubis zu **vernetzen**. Gerade die heutige Generation von Auszubildenden verfügt meist über mehrere Accounts in den unterschiedlichen Social-Media-Kanälen. Hier kann **über Chats kommuniziert und interagiert werden**. Der Betrieb kann den Auszubildenden die **Verantwortung** übergeben die Social-Media-Kanäle regelmäßig mit Inhalten zu füllen. Mit dem damit entgegengebrachten Vertrauen und der **Wertschätzung** kann die **Verbundenheit zwischen Auszubildenden und dem Betrieb gestärkt** werden.



Chancen

- Positives Image des Arbeitgebers kann durch authentische Bilder und Posts transportiert werden
- Geringe Kosten
- Große Reichweite



Zu beachten

- Eine ganzheitliche Social-Media-Strategie sollte im Vorfeld erarbeitet werden
- Wenn keine Kontinuität in den Posts herrscht, gerät das Unternehmen schnell in Vergessenheit
- Soziale Medien dienen eher zum Vernetzen als sich zu informieren



Bindung von Auszubildenden

Welche Social-Media-Kanäle gibt es?

- Instagram
ist ein kostenloser Onlinedienst zum Bearbeiten und Teilen von Fotos und Videos.
- YouTube
ist eine Plattform zum Hochladen, Ansehen, Bewerten und Kommentieren von Videos.
- Snapchat
ist eine App zum Erstellen von Kurzvideos und bei Jugendlichen aktuell sehr populär.
- Facebook
wird von Jugendlichen nur noch wenig, von der aktuellen Elterngeneration eher genutzt.

Kombinierbar mit...

Die Unternehmenswebseite bietet die optimale Plattform, um auf sämtliche Unternehmensauftritte in den Social-Media-Kanälen zu verweisen. Kleine Icons der Facebook-, YouTube- und Instagram-Logos usw. mit einer hinterlegten Verlinkung führen zu schnellem Auffinden der Unternehmenspräsentation auf diesen Plattformen.

Best-Practice

Ein Beispiel für einen gelungenen Social-Media-Auftritt finden Sie auf der Seite des Zentralverbands des Deutschen Bäckerhandwerks e. V. unter:

<https://www.instagram.com/backdirdeinezukunft/>



Der Karrierebereich...

...auf der Unternehmenswebseite dient dazu, sich über das Unternehmen und dessen Tätigkeitsbereiche sowie die beruflichen Aufgaben zu **informieren**. Dabei bietet es sich an, das Unternehmen mit **Fotos und Statements der aktuellen Mitarbeiter/-innen** zu repräsentieren. Besonders authentisch wirken kurze **Online-Videos** aus dem **Arbeitsalltag**. Sie geben den Außenstehenden Einblick in das Betriebsklima. Der Einsatz von eigenem **Personal als Werbebotschafter/-innen** lässt aufgrund der damit ausgedrückten **Wertschätzung** für die Mitarbeiter/-innen die **Bindung zum Arbeitgeber** steigen.



Chancen

- Schnelle Information zum spezifischen Beruf und zu möglichen Entwicklungsperspektiven
- Online-Visitenkarte des Unternehmens
- Kann als Rubrik in die Unternehmenswebseite eingefügt werden



Zu beachten

- Der Karrierebereich der Unternehmenswebseite benötigt regelmäßige und professionelle Pflege der Inhalte
- Zielgruppenspezifische Ansprache berücksichtigen
- Die eigene Internetpräsenz sollte für die Nutzung mit mobilen Endgeräten optimiert sein



Bindung von Auszubildenden

Welche Inhalte bieten sich für den Karrierebereich einer Unternehmenswebseite an?

- Allgemeine Informationen zum Unternehmen bspw. in 360°-Videos
- Entwicklungsmöglichkeiten und Arbeitsfelder im Unternehmen
- Stellenausschreibungen und Online-Bewerbungsportal
- Benefits für die Angestellten und Alleinstellungsmerkmale des Betriebs
- Blogs, Interviews mit aktuellen Azubis und Mitarbeiter/-innen

Kombinierbar mit...

Empfehlenswert ist eine Verknüpfung des Karrierebereichs mit der **Azubi-Seite**. Darüber hinaus bietet es sich an, von dort auf die von den Azubis betreuten **Social-Media-Kanäle** zu verweisen. Damit wird die Funktion der Azubis als Botschafter/-in für das Unternehmen nach außen hin sichtbar.

Best-Practice

Ein Beispiel für einen gut aufgebauten Karrierebereich finden Sie bei der Tischlerei Spiekermann unter:

<https://tischlerei-spiekermann.de/tischlerei-schreinerei-muenster/unternehmen-jobs.html>



IT-Sicherheit...

.....beschreibt die **systematische Absicherung von Informationstechnik** (IT). Jedes Gerät, das über ein Firmennetzwerk vernetzt ist (auch ein Smartphone), ist Teil des IT-Systems und ein potenzielles Sicherheitsrisiko. Mit IT-Sicherheitsverfahren sollen Gefahren durch mögliche **schädliche Angriffe** (über das Internet) wie bspw. der **Diebstahl von Firmengeheimnissen** bis hin zum Erliegen der gesamten Produktion verhindert werden. Es bestehen **normierte IT-Standards** für KMU wie der IT-Grundsatz des **Bundesamts für Sicherheit in der Informationstechnik**.



Chancen

- Das Eindringen und Manipulieren des IT-Firmennetzwerkes mithilfe von Viren und Trojanern wird erschwert
- Die Sicherheit von Daten und Betriebsunterlagen kann gewährleistet werden



Zu beachten

- Offen stehende PCs so verbauen, dass Kabel und Anschlüsse unzugänglich sind
- PC-Nutzer/-innen nur zwingend benötigte Zugriffsrechte geben (keine Administratoren-Rechte)
- Vor Investitionen in Hard- & Software Bedarf und Risiko analysieren



Digitale Kompetenzen im Betrieb

Was sollte bei der IT-Sicherheit beachtet werden?

- Sensibilisierung der Mitarbeiter/-innen:
Umgang mit mobilen Endgeräten & externen Speichermedien schulen; Passwortregeln aufstellen
- PCs immer auf dem aktuellen Stand halten
Updates & Patches regelmäßig installieren
- Regelmäßige Backups
Backups verschlüsseln & Funktionalität überprüfen
- Virenschutz & Firewall
Für Computer & mobile Endgeräte (Smartphones, Tablets)
- Notfallplan aufstellen & Meldestelle einrichten
Hackerangriff & Stromausfall

Gut zu wissen...

Die IT-Sicherheit erhöht sich durch das Verwenden von elektronischen Schließanlagen. Hiermit können Zugriffsberechtigungen für Räume verwaltet werden. Verlorene oder gestohlene Schlüssel lassen sich deaktivieren. Auch ist es möglich nachzuvollziehen, wer wann welches Schloss betätigt hat.

Weitere Infos

Analysieren Sie kostenfrei die IT-Sicherheit Ihres Betriebs mit dem „Sicherheitstool-Mittelstand“:

<https://www.sitom.de>



Einsatz mobiler Endgeräte...

...erfolgt in Betrieben meist in Form von **digitaler Kommunikation** mit dem Smartphone. **Arbeitsprozesse** des Betriebs können damit oft **schneller ablaufen**, weil **Aufträge zügig** ausgelöst und abgeschlossen werden können, **Arbeitsschritte** mit geringem Aufwand **dokumentiert** (fotografisch) und in bestehende Strukturen wie bspw. in den Azubi-Blog des Unternehmens oder den Instagram-Auftritt integriert werden können. Darüber hinaus kann das mobile Endgerät beispielsweise in Form eines Tablets auch **unkompliziert als Lehr- und Lernmedium eingesetzt** werden.



Chancen

- Der Austausch zwischen Azubi und Ausbilder/-in kann mit dem Smartphone schnell und unkompliziert erfolgen
- Mobile Endgeräte können gut in den Berufsalltag integriert werden z.B. mithilfe von digitalen Lern-Angeboten oder um Arbeitsprozesse digital zu dokumentieren



Zu beachten

- Klare Regeln zum Umgang mit dem Smartphone während der Arbeitszeit aufstellen
- Klären der rechtlichen Situation: Urheberrechte, welche Daten werden wo gespeichert, welche App erfordert welche Berechtigungen etc.
- Trennung: Privates und Geschäftliches



Digitale Kompetenzen im Betrieb

Was sollte bei dem Einsatz von mobilen Endgeräten beachtet werden?

- Sensibilisierung der Mitarbeiter/-innen:
Umgang mit dem Smartphone bzw. Tablet schulen und klare Regeln aufstellen, welche Apps betriebsintern verwendet werden
- Aktuell bleiben
Apps automatisch aktualisieren lassen und Betriebssystem auf dem aktuellen Stand halten
- Verschlüsseln und Daten sichern
Geräte mit Passwörtern sperren und verschlüsseln, sofern möglich: Backups durchführen
- Virenschutz
Für alle internetfähigen Geräte – auch mobile Endgeräte

Gut zu wissen...

Bei der Gestaltung der Kommunikation mit digitalen Mitteln handeln die Betriebe und Nutzer/-innen eigenverantwortlich. Gerade wenn es um betriebsinternes Wissen geht, sollte allen im Betrieb die Reichweite ihrer Social-Media-Aktivitäten bekannt und vertraut sein. Dadurch lassen sich leichter Regeln für den Umgang mit sensiblen Informationen und Daten aufstellen und einhalten.

Weitere Infos

Tools zur Verschlüsselung (Bundeszentrale für politische Bildung):
<https://is.gd/vaumC1>

Infoportal für mehr Sicherheit auf Smartphone und Tablet (iRights e.V.):
<https://mobilsicher.de/>



Speichermedien...

...werden oft genutzt, um größere **Datenmen-gen auszutauschen**. Dazu zählen z. B. CAD-Dateien für die CNC-Maschine, Bilder von Kundenaufträgen oder das Berichtsheft. Über Speichermedien (USB-Sticks oder externe Festplatten) kann jedoch auch **Schadsoftware** einfach auf den Firmenrechner gelangen und sich von dort im gesamten Unternehmensnetzwerk ausbreiten. Um dem entgegen zu wirken, ist es wichtig, Speichermedien vor dem Öffnen von Dateien **auf Viren zu überprüfen** sowie nur dem Unternehmen bekannte und **besonders gekennzeichnete Speichermedien** zu verwenden.



Chancen

- Auch größere Dateien (CAD-Dateien) können mit einem externen Speichermedium einfach und schnell übertragen werden
- USB-Anschlüsse sind weitverbreitet - Ein CD-ROM-Laufwerk dagegen besitzt nicht mehr jeder Computer



Zu beachten

- Echtzeitscann aktivieren: Virenprogramm überprüft das Speichermedium automatisch beim Anschließen
- Schreibschutzmodus einstellen: Programme von Ihrem PC werden daran gehindert das externe Speichermedium zu beschreiben



Digitale Kompetenzen im Betrieb

Wie können Speichermedien auf Viren überprüft werden?

- Antivirenprogramme sollten so eingestellt sein, dass Speichermedien automatisch überprüft werden
- Antivirenprogramme sollten auch auf mobilen Geräten (Smartphones, Tablets) installiert sein
- Auch ein Speichermedium, das schon lange verwendet wird, kann bspw. durch Kontakt mit einem Fotoautomaten im Drogeriemarkt mit Schadsoftware infiziert sein
- Auch neuwertige Speichermedien müssen überprüft werden, da alte Speicherchips oftmals in neuen Speichermedien wiederverwendet werden

Gut zu wissen...

Wenn ein Speichermedium nicht oder nicht mehr funktioniert, muss es formatiert werden. Sollen sensible Daten vom Speichermedium gelöscht werden, sollte der Haken bei „Schnellformatieren“ deaktiviert werden. Achtung: Nach dem Formatieren sind alle Daten gelöscht, die sich auf dem Speichermedium befanden. Eine Videoanleitung finden Sie unter:
<https://youtu.be/OCC4MU3BQaI>.

Weitere Infos

Checkliste IT-Sicherheitsrisiko Mensch (Mittelstand 4.0 Kompetenzzentrum Berlin):

<https://is.gd/Acvzff>

Mittelstand-Digital:

<https://is.gd/gM85B1>