

Ausbildungsplatzakquise in der Praxis

Thomas Klein (40) ist bei der Projektentwicklungsagentur „Impulse GmbH“ aus Dortmund für das JOBSTARTER-Projekt „Transmina“ zuständig, das sich um Ausbildungsplätze in Tourismus-Regionen bemüht. Welche Methoden er bei der Akquise anwendet und welche besser funktionieren als andere, erklärt der Experte für Personalentwicklung auf dieser Seite:



Die Direktakquise

Ich suche einzelne Unternehmen auf und stehe unerwartet in der Tür. Wie gut das funktioniert hängt von der Branche ab. Im Einzelhandel oder bei Tourismusbüros geht das durchaus, weil man dort ja immer auf Kundschaft eingestellt ist. Bei anderen Betrieben ist das nicht unbedingt die beste Methode. Im Gespräch frage ich dann, ob der Betrieb eigentlich ausbildet. Dann gibt es nur ein Ja oder ein Nein. Bei einem Ja erkläre ich, wie wir künftig dabei helfen könnten. Bei einem Nein frage ich nach den Gründen und kann direkt einhaken, um meine Argumente für die Ausbildung vorzustellen und unsere Hilfe anzubieten.

Die Telefonakquise

Bei Betrieben, in denen zu erwarten ist, dass man die Ausbildungsverantwortlichen nicht einfach „überfallen“ kann wie etwa bei Hotels oder Sportvereinen, rufe ich vorher an. Je größer der Betrieb, desto eher bietet es sich an, telefonisch den richtigen Ansprechpartner herauszufinden, sein Anliegen kurz zu schildern und einen Termin zu vereinbaren.

Die Mailings

Bei Mailings nimmt man Adresskarteien und verschickt sein Marketingmaterial an die Unternehmen. Das ist erfahrungsgemäß nicht sonderlich erfolgreich. In den Betrieben wird die Info-Post häufig als Werbung aussortiert, ohne dass sie besonders wahrgenommen wurde.

Die Netzwerkarbeit

Wir arbeiten eng mit den relevanten Verbänden, Kammern und Arbeitsagenturen zusammen. Außerdem wirken wir ganz gezielt in bestehenden Tourismusnetzwerken mit und setzen dort das Thema Ausbildung immer wieder auf die Tagesordnung. So können wir Kontakte zu Betrieben aufbauen, die von sich aus Interesse signalisieren. Netzwerkarbeit ist extrem wichtig, denn so gewinnt man mit der Zeit an Bekanntheit und es spricht sich rum: Das sind diejenigen, die bei der Ausbildung unterstützen.

Die Berufsmessen

Die Informationen zu Berufsmessen bekommen wir von den Kammern und den Arbeitsagenturen. Dort sind wir dann mit einem Stand vertreten. Wenn jemand Interesse hat, dann erklären wir, worum es geht, und überreichen unser Informationsmaterial. Die Hauptzielgruppe bei Messen sind natürlich Schüler, aber wir nutzen diese Gelegenheiten immer zweiseitig: Wir sind einerseits dort, weil wir Bewerber brauchen, andererseits besuchen wir die anderen Stände und erklären den Unternehmen unsere Arbeit.

Die Schulbesuche

Wir versuchen, in Realschulen und Gymnasien unser Projekt und die Ausbildungsberufe vorzustellen. Wir rufen den Schulleiter an und fragen, ob wir eine Doppelstunde in den Abschlussjahrgängen bekommen könnten. In den Realschulen gibt es häufig Beauftragte für Berufsausbildung, die sich dann weiter kümmern. Die Schüler, bei denen wir in diesen Veranstaltungen Interesse wecken, können gleich einen Fragebogen ausfüllen. Insgesamt kann man sagen: In den Realschulen sind wir hochwillkommen. In den Gymnasien schaffen wir es manchmal in den zwölften Jahrgang, ganz selten in den dreizehnten.

Kontakt:

Thomas Klein

Impulse-Agentur für Projektentwicklung und -management GmbH

Gutenbergstr. 31, 44139 Dortmund

Telefon: 0231 - 427829-30

E-Mail: tklein@impulse-agentur.de