

Herzlich Willkommen

zum 5. Ausbilder-Treff

Ausbildungsmarketing 2.0

Website, Social Media & Co.

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



Unterstützungsangebot für Unternehmen

Überbetriebliche Integrationsmoderatoren zur Unterstützung von Unternehmen bei der Integration von Flüchtlingen



Industrie- und Handelskammer
Hannover

Maria Eiselt
Integrationsmoderatorin

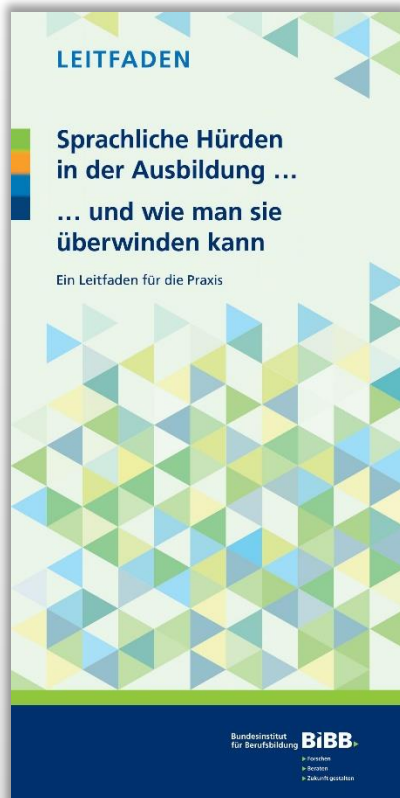
Geschäftsstelle Göttingen
Bürgerstraße 21
37073 Göttingen
www.hannover.ihk.de

Telefon: (05 51) 7 07 10-23
Telefax: (05 51) 7 07 10-22
eiselt@hannover.ihk.de

- Schnittstelle zwischen Unternehmen und relevanten Akteuren
- Informationen zur Ausbildung und Beschäftigung von Geflüchteten
- Unterstützung bei und Begleitung von betrieblichen Integrationsprozessen
- Information über flankierende Beratungs- und Förderangebote und Unterstützung beim Zugang

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





Wünsche der Ausbildungsstellenbewerber/-innen an den Ausbildungsbetrieb

Potenzial als langfristiger Arbeitgeber

89,6¹

- 93,0 Gutes Betriebsklima
- 90,1 Bietet sichere Arbeitsplätze
- 85,8 Bietet sehr gute Übernahmechancen



70,6¹



Gute Rahmenbedingungen während der Ausbildung

- 80,4 Betrieb mit ÖPNV gut zu erreichen
- 75,2 Liegt in der Nähe des Wohnorts
- 75,1 Auszubildende machen keine unbezahlten Überstunden
- 73,5 Unterstützt Auszubildende finanziell (z. B. Fahrtkostenpauschale)
- 72,0 Fördert Vereinbarkeit von Freizeit und Ausbildung
- 69,4 Zahlt überdurchschnittlich hohe Ausbildungsvergütung
- 48,3 Bietet materielle Anreize zu Beginn der Ausbildung?



65,8¹

Gute gesellschaftliche Vernetzung des Betriebs

- 78,4 Betrieb hat ein gutes Image
- 71,7 Betrieb ist modern ausgestattet
- 63,6 Betrieb ist bekannt
- 49,7 Betrieb ist in sozialen Netzwerken vertreten³



61,9¹

Flexible Ausbildungsmöglichkeiten wie in einem Großbetrieb

- 67,0 Betrieb bietet flexible Arbeitszeiten an
- 61,5 Betrieb bietet über die Ausbildungsordnung hinausgehende Zusatzangebote an⁴
- 57,4 Viele Auszubildende im Betrieb

¹⁾ Auf einer Skala von 0 bis 100 ²⁾ Z.B. iPhone ³⁾ Z.B. Facebook, Twitter, XING
⁴⁾ Z.B. Auslandsaufenthalte, Erlernen von Fremdsprachen, spezielle Computerkurse
 Fallzahlen je nach Item: 1.946 ≤ n ≤ 2.001
 Quelle: BA/BIBB-Bewerberbefragung 2016

Abbildung: BIBB – Berufsbildung in Wissenschaft und Praxis 2017

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



**Zusammen.
Zukunft.
Gestalten.**



Termine

Veranstaltungen im 2. Halbjahr 2017:

13. September 2017	5. Ausbilder-Treff (in Nordheim) Thema: website, social media & Co.
18. - 21. September 2017	„Schnappstage - standortweises Azubi“ in Kooperation mit der RWK Nordheim
16. - 19. Oktober 2017	„Schnappstage - standortweises Azubi“ in Kooperation mit der RWK Einbeck
18. Oktober 2017	Unternehmenswerkstatt „Arbeitgeberattraktivität entwickeln“ (in Uslar) in Kooperation mit der RWK Uslar & der RWK Einbeck
8. November 2017	Unternehmenswerkstatt „Arbeitgebermarke kommunizieren“ (in Einbeck) in Kooperation mit der RWK Einbeck & der RWK Uslar
und voraussichtlich am 6. Dezember 2017	6. Ausbilder-Treff (in Nordheim) Thema: Fortbildung und Karriereentwicklung

weitere Informationen auf unserer Homepage: www.jobtimist-nordheim.de
oder telefonisch unter 0 55 51 / 97 88 - 30

JOB TIMIST - i/o Werknestschule e.V., Nordheim

Logo: **jobstarter** Für die Zukunft ausbilden

Logo: **ESF** Europäischer Sozialfonds für Deutschland

Logo: **Zusammen. Zukunft. Gestalten.**

Logo: **BIBB** Bundesinstitut für Berufsbildung

Getwort ist ein STARSTARTER plus-Projekt im Rahmen des Landesministeriums für Bildung und Forschung und des Europäischen Sozialfonds.

KOOPERATIONSPARTNERSTELLE
Frauen & Wirtschaft
LANDESBÜRO NORTHEIM

STADT USLAR

RKW
Landesverband
Einbeck

JOB TIMIST

Unternehmenswerkstatt Fachkräftesicherung "Arbeitgeberattraktivität entwickeln"

Fachkräfte sind anspruchsvoll und richtig gut, die zur: Unternehmen passen, immer seltener zu finden. Warum sollte jemand bei Unternehmen x arbeiten, wenn Unternehmen y ähnliches anbietet und vielleicht mehr bezahlt? Was hält die Leute? Diese Fragen muss sich jedes Unternehmen stellen und seine individuelle Arbeitgeberattraktivität definieren. Die Teilnehmer erfahren, welche Handlungsfelder für Ihre Arbeitgeberattraktivität ausschlaggebend sind und wie sie die „richtigen“ Maßnahmen umsetzen können.

Termin: Mittwoch, 18.10.2017, 15.00 - 18.00 Uhr
Ort: Uslar
Referenten: Referentinnen Team des RWK
Kosten: 15,00 Euro
Anzahl TeilnehmerInnen: max. 12
Anmeldung: bis zum 11.10.2017
bei Kerstin Jordan, Projekt JOB TIMIST
Tel.: 0 55 51 / 97 88 - 30
Fax: 0 55 51 / 97 88 - 22
E-Mail: k.jordan@werk-statt-schule.de

Logo: **ESF** Europäischer Sozialfonds für Deutschland

Logo: **Zusammen. Zukunft. Gestalten.**

Logo: **BIBB** Bundesinstitut für Berufsbildung

Getwort ist ein STARSTARTER plus-Projekt im Rahmen des Landesministeriums für Bildung und Forschung und des Europäischen Sozialfonds.

KOOPERATIONSPARTNERSTELLE
Frauen & Wirtschaft
LANDESBÜRO NORTHEIM

Einbeck
Der Wirtschaftsstandort

RKW
Landesverband
Einbeck

JOB TIMIST

Unternehmenswerkstatt Fachkräftesicherung "Arbeitgebermarke kommunizieren"

Oft kennen die eigenen Beschäftigten nicht alle Angebote, die ein Unternehmen für seine Beschäftigten hat. Kommunikation nach innen ist ein wesentlicher Baustein der Arbeitgeberattraktivität. Genauso wichtig ist es aber, die eigene Arbeitgeberattraktivität nach außen zu kommunizieren. Intern und mobile Kommunikation sind dafür die wichtigsten Kanäle. Diese Kanäle intern und online mit.

Termin: Mittwoch, 08.11.2017, 15.00 - 18.00 Uhr
Ort: Einbeck
Referenten: Referentinnen Team des RWK
Kosten: 15,00 Euro
Anzahl TeilnehmerInnen: max. 12
Anmeldung: bis zum 01.11.2017
bei Kerstin Jordan, Projekt JOB TIMIST
Tel.: 0 55 51 / 97 88 - 30
Fax: 0 55 51 / 97 88 - 22
E-Mail: k.jordan@werk-statt-schule.de

Logo: **ESF** Europäischer Sozialfonds für Deutschland

Logo: **Zusammen. Zukunft. Gestalten.**

Logo: **BIBB** Bundesinstitut für Berufsbildung

Getwort ist ein STARSTARTER plus-Projekt im Rahmen des Landesministeriums für Bildung und Forschung und des Europäischen Sozialfonds.

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



und sonst ...

31.01.2018

JOBTIMIST

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



Zusammen.
Zukunft.
Gestalten.



Ausbildungsmarketing 2.0

Website, Social Media & Co.

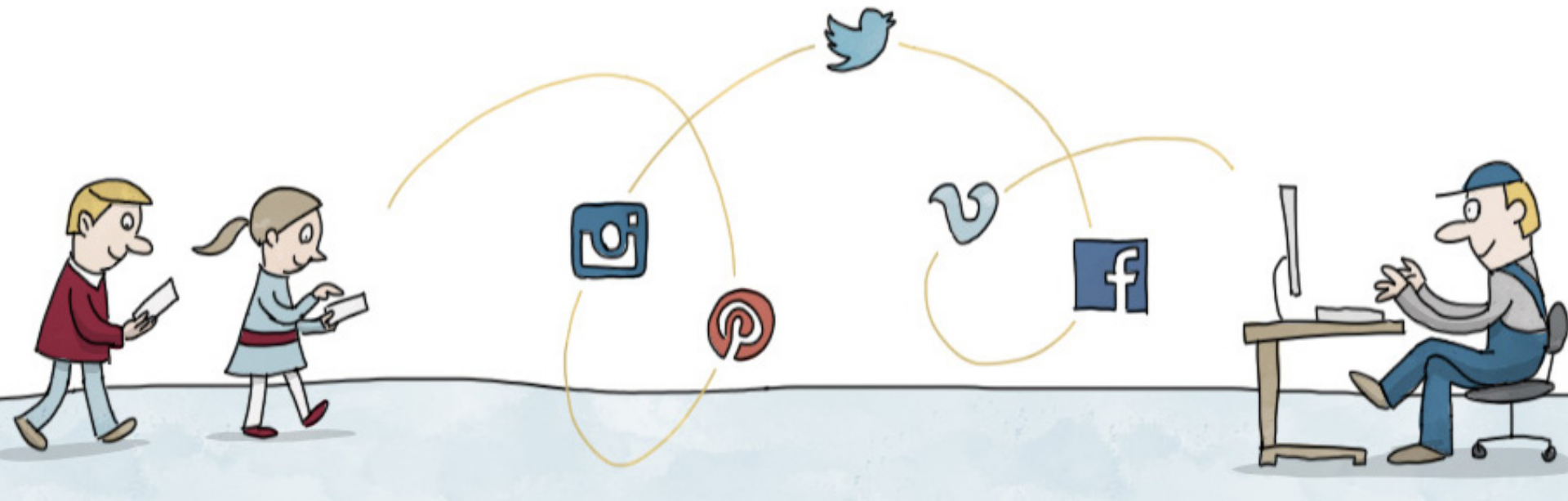
Bruno Pusch und Stefanie Sausele

RKW Kompetenzzentrum Eschborn,
Fachbereich Unternehmensentwicklung und Fachkräftesicherung

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



AZUBIMARKETING 2.0: WEBSITE & SOZIALE MEDIEN



Northeim, 13. September 2017

BUNDESWEITES NETZWERK FÜR UNTERNEHMEN

1921 gegründet als **Reichskuratorium für Wirtschaftlichkeit**

Initiatoren: Reichswirtschaftsministerium, VDI, Siemens

Aufgabe: Rationalisierung fördern, Wissen verbreiten

Heute **bundesweites Netzwerk**

Aufgabe: Förderung der Wettbewerbsfähigkeit von mittelständischen Unternehmen



RKW-Landesorganisationen

Einzelbetriebliche Unterstützung durch

- Beratung
- Weiterbildung
- Information



Überbetriebliche Themen wie

- Unternehmensgründung
- Innovationsmanagement
- Fachkräftesicherung



WAS ERWARTET SIE?

Viel gemeinsames Diskutieren & Erarbeiten – und ein wenig Vortrag ...

Interaktives Reden und Handeln

- + Austausch und Anschauliches
- + sich mit den Herausforderungen befassen, statt sie nur zu hören
- + die Sichtweise der Jugendlichen besser nachvollziehen



I DIE WEBSITE IN DER GRUPPENARBEIT



Grundsätzliche Gedanken über Websites für mögliche Bewerber

Auf Ihrem Tisch liegt ein Umschlag. Öffnen Sie ihn bitte.

„Hilfsmittel“:

- Ihre Gruppenmitglieder
- Ihr Smartphone
- Ihre eigenen Erfahrungen/Vorstellungen
- Moderationskarten
- Flipchartpapier

I DIE WEBSITE IN DER GRUPPENARBEIT



TEIL I:

Aufgaben und Diskussion in der Gruppe

- 30 Minuten Zeit
- Ergebnisse festhalten
- Vorstellende Person bestimmen

I DIE WEBSITE IN DER GRUPPENARBEIT

TEIL II:

Vorstellung und Abstimmung

- Je 3 Minuten
- Feedbackrunde
- Punktevergabe
- And the winner is ...

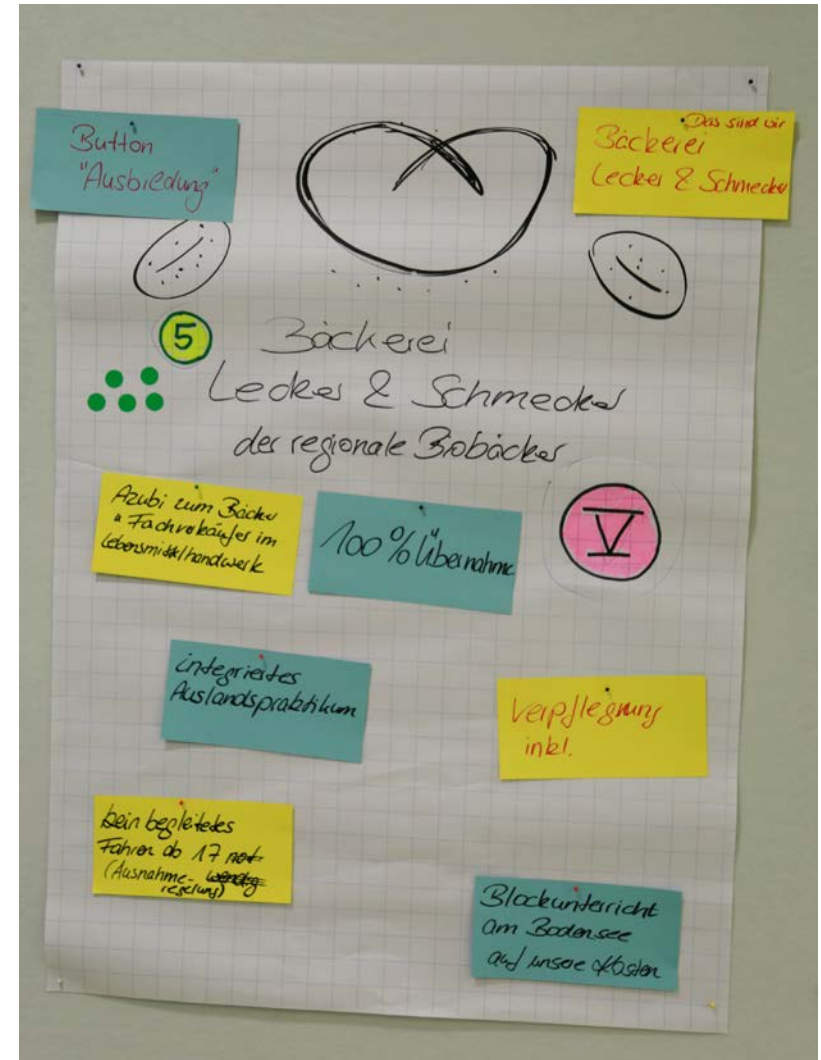


I DIE WEBSITE IN DER GRUPPENARBEIT

Pros:

- Schneller, unkomplizierter Zugang zur Ausbildungsseite
- Prominente Platzierung für Infos zum Ausbildungsbetrieb
- Besonderheiten des Ausbildungsangebots hervorgehoben

Mögliche Bewerber wollen schnell in den Bereich kommen, der für sie interessant ist. Darum ist es wichtig, den Zugang so leicht wie nur möglich zu gestalten.



I DIE WEBSITE IN DER GRUPPENARBEIT

Pros:

- Gut Strukturierung aus der Azubimarketingperspektive
- Leichter Zugang zu Inhalten
- Umfassende Informationen
- Arbeiten mit verschiedenen Formaten, nicht nur Texten
- Integration soziale Medien

Hier hätte man ein gutes Beispiel, wie eine reine Azubiwebsite aufgebaut sein könnte.

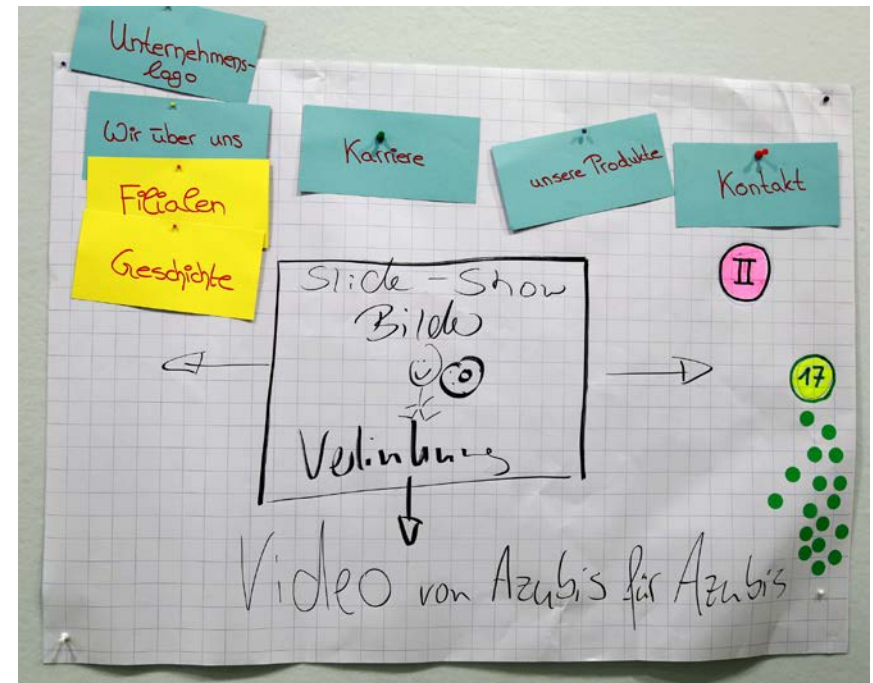


I DIE WEBSITE IN DER GRUPPENARBEIT

Pros:

- Visuelle Ansprache durch Slider ...
- ... und Video
- Aufgeräumte Struktur

Könnte man auch als Landpingpage nutzen. Eine Landingpage rein für Ausbildungsinteressierte ist eine gute Idee, weil man Sie gezielt zur Ansprache der Jugendlichen nutzen und auf deren Bedürfnisse zuschneiden kann. Von dort geht es dann auf die Ausbildungsseiten.

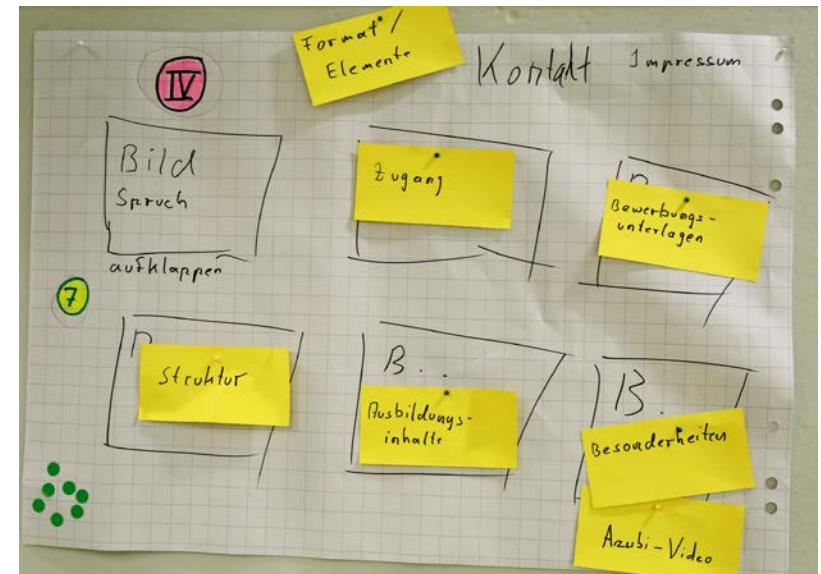


I DIE WEBSITE IN DER GRUPPENARBEIT

Pros:

- Aufgeräumte Startseite
- Über die Boxen schneller Überblick/schnelle Navigation möglich
- Könnte auch Basis für eine Landingpage sein

Das Arbeiten mit den Boxen macht es im Design leichter, Inhalte für die mobilen Endgeräte optimiert bereitzustellen → guter Ansatz für Smartphone & Co.

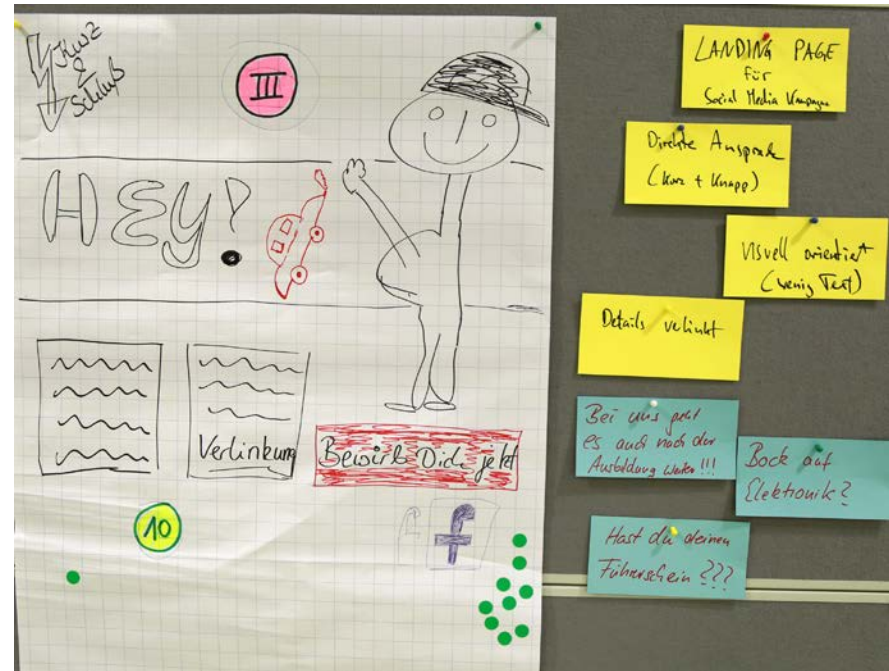


I DIE WEBSITE IN DER GRUPPENARBEIT

Pros:

- Design und Ansprache visuell orientiert
- Einbindung sozialer Medien
- Landingpage als Sammelpunkt
- Ausbildungsangebot + Besonderes betonend
- Zielgruppenadressierung

Auf das bevorzugte Rezeptionsverhalten der Generation Z einzugehen erleichtert den Zugang. Landingpages sind gut geeignet, um eine Verknüpfung von eigener Website und den sozialen Medien zu schaffen.



KAFFEPAUSE



ALS BEISPIEL: EINE WEBSITE FÜR DIE AUSBILDUNG

<https://www.youtube.com/watch?v=Vzp0AMJpc7A>

II MIT DER BRILLE DES BEWERBERS

Ein Schüler möchte sich über einen Ausbildungsberuf und gleichzeitig über ein Unternehmen informieren:
Wie geht er vor?

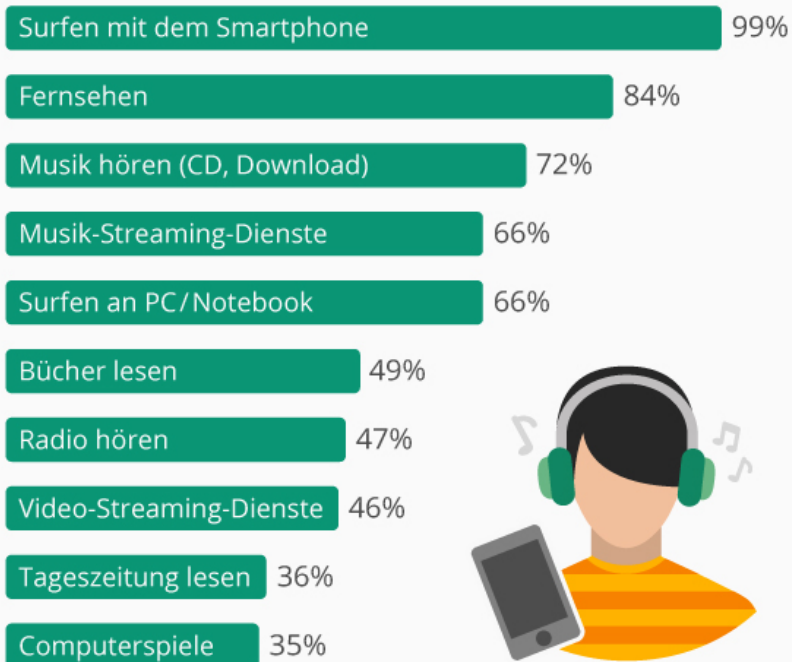
- Ein paar Zahlen
- Die Reise des Bewerbers
- Was gehört in den Ausbildungsbereich einer Website?



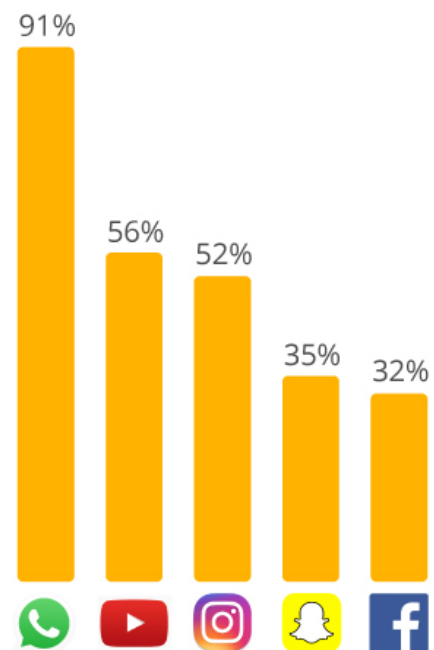
II EIN PAAR ZAHLEN

Wie Jugendliche Medien nutzen

Anteil der 10-27-Jährigen nach täglicher Mediennutzung



Beliebteste Social-Media-Dienste nach Anteil der 10-19-Jährigen



@Statista_com

Quellen: Young Traveller Kompass/Bravo Jugendmedienstudie

statista

II EIN PAAR ZAHLEN

98% der Jugendlichen haben ein eigenes Handy,
92% sind Smartphones.

98% haben einen Computer oder Laptop zuhause, davon
76% der Jugendlichen einen eigenen.

Handy & Internet sind die wichtigsten Medien in der Freizeit.



89% der Jugendlichen beschäftigen sich in ihrer
Freizeit täglich mit dem Handy,
80% mit dem Internet.
(Zeitungen/Magazine landen bei rund 25%.)

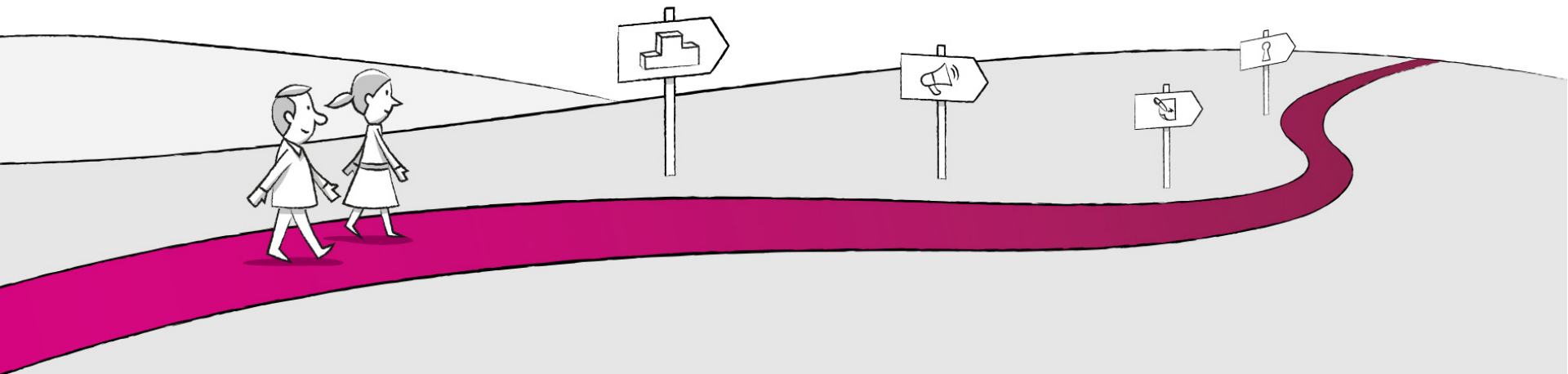
Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2015: JIM Studie 2015.
Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger -

II DIE REISE DES BEWERBERS

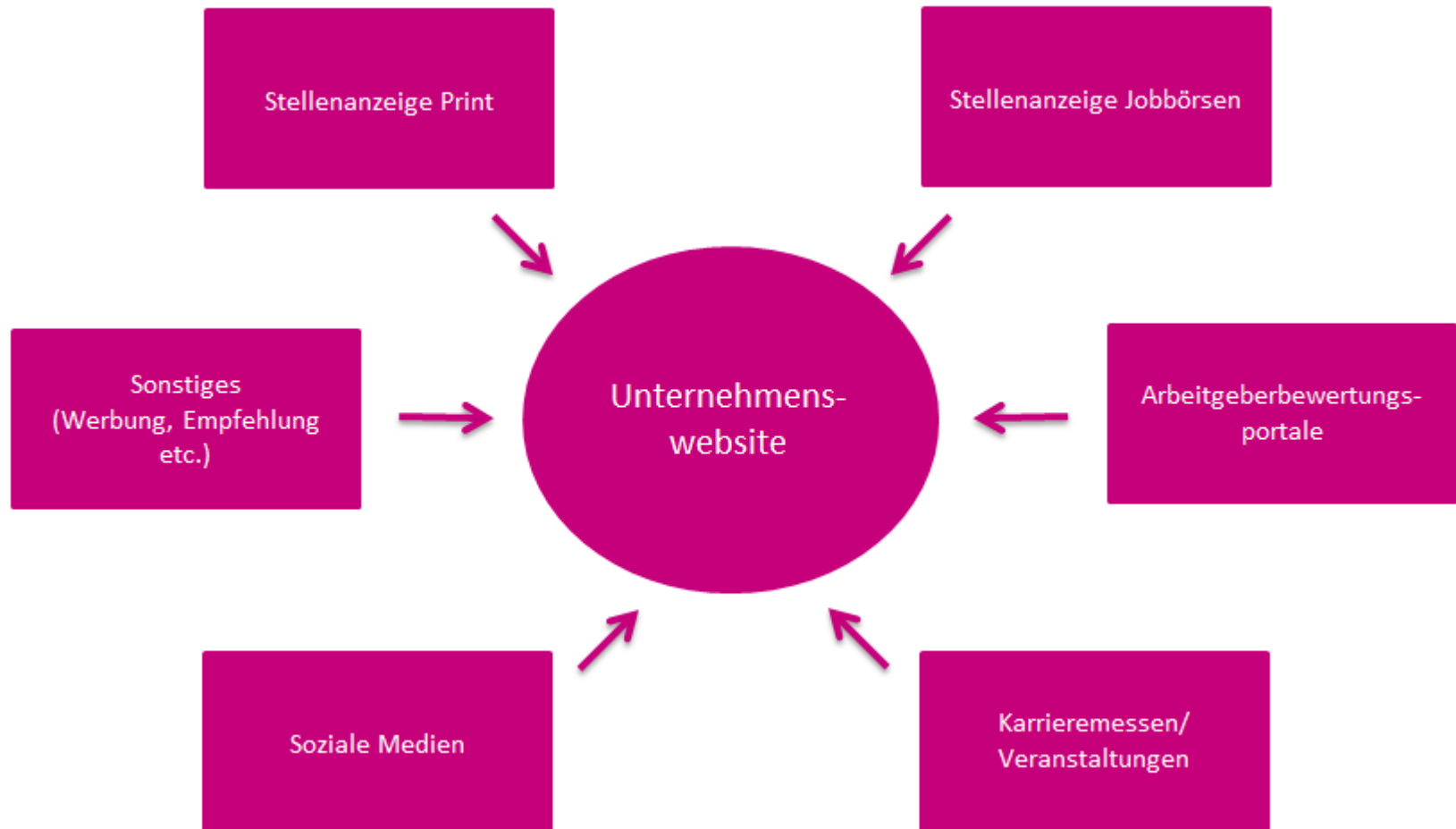
Oder Englisch: Die Candidate Journey ...

Wichtige Fragen währenddessen:

- **Wie erfährt ein Schüler von Ihnen und Ihrer Ausbildung?**
- **Wie gelangt er auf Ihre Website?**
- **Welche Eindrücke sammelt er bei Ihnen?**
- **Welche Informationen erhält er wie auf Ihrer Website?**



II ALLE WEGE FÜHREN AUF DIE ...



II AUFFINDBARKEIT

So sieht ein günstigeres Suchergebnis aus:

MEYER-JUMBO Logistics GmbH & Co. KG | Ausbildung

www.meyer-jumbo.de/ausbildung/ ▼

Auf die Ausbildung wird bei MEYER-JUMBO Logistics sehr viel wert gelegt. Mit dieser Philosophie erhalten und steigern wir unsere starke Servicequalität.

So sieht ein weniger günstiges Suchergebnis aus:

Ausbildung - Bäcker Schmidt | Heideck, Roth, Schwabach, Hilpoltstein

www.schmidtgenuss.de/aktuelles/ausbildung-baekerei-schmidt.html ▼

Egal ob Sahnescnitten, verschiedenste Kuchen, Schwarzwälder-Kirsch-Sahnetorte... - bei uns gibt es den Schmidt-Genuss auf höchstem Niveau! Feinste ...




Und jetzt eine Runde googeln:

„Ausbildung“ und Ihr Firmenname?

II AUFFINDBARKEIT

Umfrage: Was denken Sie?

- Haben die meisten Unternehmen für Suchmaschinen optimierte Informationen?
Ja oder nein?

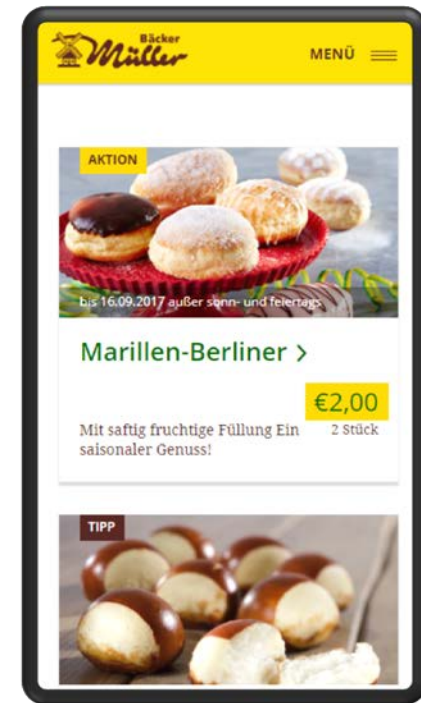


```
<head>
  <meta charset="utf-8">
  <meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=edge">
  <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1">
  <meta description="Welche Erwartungen haben Sie an die Unternehmenswerkstatt Ausbildungsmarketing? Und wo stehen Sie mit Ihrer Karrierewebsite?">
  <title>Selbstcheck und Erwartungen Azubimarketing online + Social Media</title>
  <link href="styles/main.css" type="text/css" rel="stylesheet">
  <link href="//maxcdn.bootstrapcdn.com/font-awesome/4.1.0/css/font-awesome.min.css" rel="stylesheet">
  <link href='https://fonts.googleapis.com/css?family=Open+Sans' rel='stylesheet' type='text/css'>
  <link rel="shortcut icon" type="image/x-icon" href="./images/favicon.png">
  <!-- Unterstützung für Media Queries und HTML5-Elemente in IE8 über HTML5 shim und Respond.js -->
  <!-- ACHTUNG: Respond.js funktioniert nicht, wenn du die Seite über file:// aufrufst -->
  <!--[if lt IE 9]>
    <script src="https://oss.maxcdn.com/html5shiv/3.7.2/html5shiv.min.js"></script>
    <script src="https://oss.maxcdn.com/respond/1.4.2/respond.min.js"></script>
  <![endif]-->
</head>
```

II DARSTELLUNG

Optimiert für mobile Endgeräte?

- Nicht optimierte Seiten sind für Jugendliche eine Hürde
- Keine optimierte Website = nicht fortschrittlich? Nicht interessant? → werden häufig sofort wieder geschlossen



II STARTSEITE



Gruppendiskussion:

- **Wo auf Ihrer Startseite gelangen Bewerber zum Bereich Ausbildung oder Karriere?**
- **Was wäre Ihrer Meinung nach der beste/prominenteste Platz?**
- **Mit wie vielen Klicks sollte der Bewerber auf die Ausbildungsinhalte kommen?**

II STARTSEITE

Prominente Platzierung ist wichtig!

- Am besten in der Navigationsleiste oder einem Navigationsmenü
- Idealerweise in einem Klick zu den Ausbildungsinfos



II BEREICH AUSBILDUNG

So etwas wie Grundregeln ...

- Von der Struktur her: maximal zwei Ebenen („in drei Klicks überall hin“)
- Antworten darauf, wer Sie sind und was Sie bieten? (Zielgruppe: Jugendliche!)
- Je mehr spezifische Informationen zur Ausbildung auf Ihrer Website, desto besser
- Bilder und Videos sagen (manchmal) mehr als tausend Worte



II BEREICH AUSBILDUNG

TIPPS – nicht nur für die Azubisuche:


- **Machen Sie es Jobsuchenden so einfach wie möglich:**
Stellenzeigen, Karriere, Jobs müssen von der Startseite direkt zu finden sein.
Bei wenige Stellen: direkt auf die Startseite
- **Differenzieren Sie zwischen Azubis und Berufserfahrenen.**
Das Informationsbedürfnis ist verschieden.
Bei mehreren Stellen pro Jahr: getrennte Menüs nach Jobniveau
- **Keine Vakanzen:**
Informieren Sie darüber und bitten um Initiativbewerbungen.

II BEREICH AUSBILDUNG

TIPPS – speziell für die Azubisuche:

- **Entscheiden Sie sich für die Anrede „Du“ oder „Sie“ ,**
und halten Sie die gewählte Ansprache konsequent durch.
- **Nehmen Sie die Jugendlichen „an die Hand“.**
Ihnen fehlt noch Erfahrung – und sie sind oft wenig selbständig.
- **Informieren Sie möglichst umfassend.**
Denken Sie an Informationsdefizite und Erwartungen der Jugendlichen,
berücksichtigen Sie auch Eltern und andere Influencer.
- **Nennen Sie weit oben das Ausbildungsjahr, für das Sie suchen.**
Je früher Sie Ihre Ausbildungsplätze in den Ring werfen,
desto eher können Sie die Leistungstarken gewinnen.

II BEREICH AUSBILDUNG

- 
- **Basics:** Informationen zum Betrieb / zum Arbeitgeber, zum Beruf(-sbild) und Ausbildungsangebot
 - **Vollständigkeit:** Übernahme / Karrierechancen, ausführliche Tätigkeitsbeschreibungen, Bewerbungsverfahren, Ablauf der Bewerbung, Ablauf der Ausbildung, Details rund um die Ausbildung (Gehalt, welche Berufsschule, welche Inhalte ...)
 - **Glaubwürdigkeit:** Erfahrungsberichte (von Azubis), authentische Fotos und Videos, personalisierter Kontakt = leichtere Ansprache möglich

II DIE REISE DES BEWERBERS



Ihre Meinung:

- **Wie wichtig ist Ihrer Meinung nach die „digitale Visitenkarte“ Ihres Unternehmens für jugendliche Bewerber?**
- **Nach all dem, was Sie bisher gehört haben: Wenn Sie eine Sache an Ihrer Website ändern würden, was wäre das zuallererst?**

KAFFEPAUSE



III DIE SOZIALEN MEDIEN EINBINDEN

Diskutieren Sie in der Gruppe:

- Gibt es in der Gruppe jemanden, der die sozialen Medien zur Ansprache von Jugendlichen nutzt?
- Was spricht dafür, als Unternehmen einen Account bei Facebook zu haben?
- Und was spricht dagegen?
- Wie entscheiden Sie sich innerhalb der Gruppe?



III DIE SOZIALEN MEDIEN EINBINDEN

Muss nicht sein, aber wenn:

- regelmäßig
- zielgruppengenau
- authentisch
- Unterhaltsam

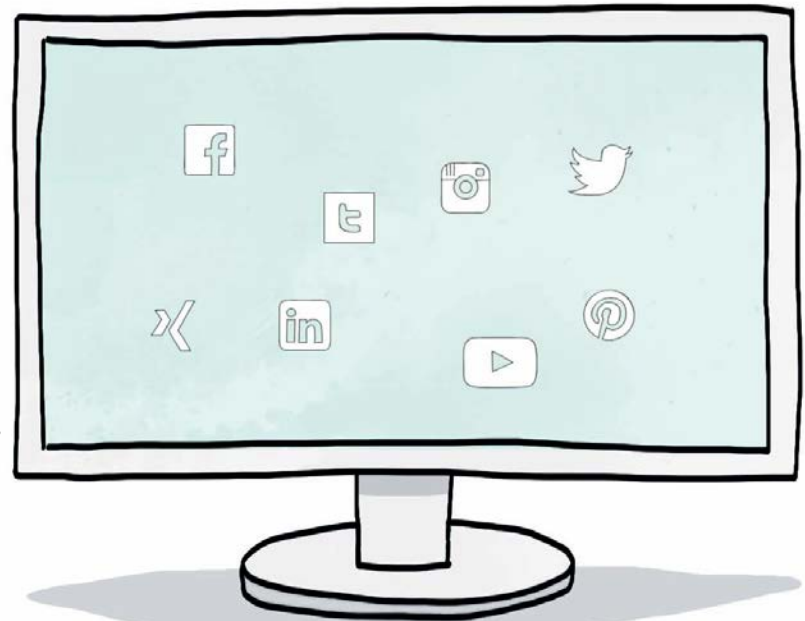
Ihr Nutzen:

Auch Kunden und andere Partner können Sie gut erreichen.

TIPPS:

Nutzen Sie Synergien mit der Website und zwischen den verschiedenen Kanälen.

Verteilen Sie die Aufgaben und verabreden Sie „Spielregeln“.



III DIE SOZIALEN MEDIEN EINBINDEN



Die Gruppe macht eine Redaktionssitzung:
Mit dabei Online-Team & Personalabteilung

Aufgabe:

- Es ist September und Sie machen sich schon Gedanken, wie Sie Ihre Ausbildungsplätze im kommenden Jahr besetzen können.
- Erstellen Sie daher eine Art Redaktions- und Maßnahmenplan für die kommenden vier Monate:
- Wie wollen die drei Unternehmen erfolgreich Azubis finden?

IV IMPRESSIONEN



Unser Angebot: Feedback für Ihre Website und Ihre sozialen Medien

DANKE FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT!

Bruno Pusch

Referent Fachkräftesicherung
& Chefredakteur RKW Magazin
06196 - 495 2818, pusch@rkw.de

Stefanie Sausele

Online-Redakteurin
& Social-Media-Managerin
06196 - 495 3261, sausele@rkw.de

RKW Kompetenzzentrum
Düsseldorfer Straße 40 A
65760 Eschborn

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages