



# Ausbildungsmarketing

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



EUROPÄISCHE UNION





# 1. Problemstellung

Demographische Entwicklung

Lücke zwischen dem Anforderungsprofil  
der Unternehmen und Leistungen von Ausbildungsplatzbewerbern

Unzureichende Berufsorientierung

Geringer Bekanntheitsgrad von Berufen

Fehlende Attraktivität betroffener Unternehmen

# 2. Zielstellung

Erhöhte Quantität der eingehenden Bewerbung

Erhöhte Quantität der Bewerber

Bindung der Auszubildenden



### 3. Herausforderung

**Finden** attraktiver Bewerber

**Überzeugung** potenzieller attraktiver Bewerber  
für einen Ausbildungsplatz im eigenen Unternehmen

### 4. Ausbildungsmarketing

Maßnahmen und Aktivitäten, die auf das Zustandekommen eines  
Ausbildungsvertrages ausgerichtet sind



## 5. Prozess

Zielformulierung

Zielgruppendefinition

Konzeption

Einsatz der Instrumente des Ausbildungsmarketings

Erfolgskontrolle



## 5.1. Ziel

Erhöhung des Bekanntheitsgrades des Unternehmens

Imagewert des Unternehmens als  
Ausbildungsbetrieb in der Zielgruppe  
verbessern

## 5.2. Zielgruppe

Bewerber mit besonders hohem Potenzial

Demographisch abgrenzbare Gruppe  
Mädchen mit technischem Verständnis  
Jungen mit sozialer Kompetenz

Gruppen mit bestimmten Nachteilen  
Spezielle Förderprogramme können deren Potenzial entfalten



## 5.3. Konzeption

Produkt - Preis- und Leistung - Kommunikation - Zeitplanung

### 5.3.1. Produkt

Berufsausbildung

Differenzierungsmöglichkeiten

Ausbildungsmethodik, Entwicklungschancen, Sprachtraining, Angebote,  
die aktuelle Fach-, Methoden- oder Sozialkompetenzen fördern

Vergütung - Anreizsysteme

Konzerttickets, Teamevents der Auszubildenden, Ausbildungsunterstützende Medien (Bücher, Notebooks)

Integrationsangebote

Einführungs- Begrüßungsveranstaltung, Azubi-Betreuer



## 5.3.2. Kommunikationsmittel

### Werbung

Anzeigen, Flyer, Poster, Filme, Internet

### Messe/ Betriebsbesichtigungen

Berufsbildungsmessen, Tag der offenen Tür, Betriebserkundungsgänge

### Kooperationen

Schulpatenschaften, Lernpatenschaften, Projektarbeiten mit Klassen

### Praktische Angebote

Praktika, Facharbeiten, Schnuppertage

### Multiplikatoren

Schulen, Arbeitsagenturen, Kammern, Bildungsträger

## 5.3.3. Kommunikationsinhalte

### Produktmerkmale

Imagewirksame Inhalte



## 5.3.4. Planung der Kommunikation

Auswahl weniger spezifischer differierender,  
zielgruppenansprechender,  
für Ihr Unternehmen geeigneter Kommunikationsmittel

Zeitplanung

1. Quartal	2. Quartal	3. Quartal	4. Quartal
-Anzeigen -Auslage in Schulen -Vorstellung der Ausbildung durch ein Azubi in Schulen	-GirlsDay -Anzeigen -Auslagen in Schulen	-Projektarbeit in Schule -Auslage in Schulen -Praktikaangebot	-Betriebserkundungs- gang -Facharbeitsangebot



# Ausbildungsmarketing

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



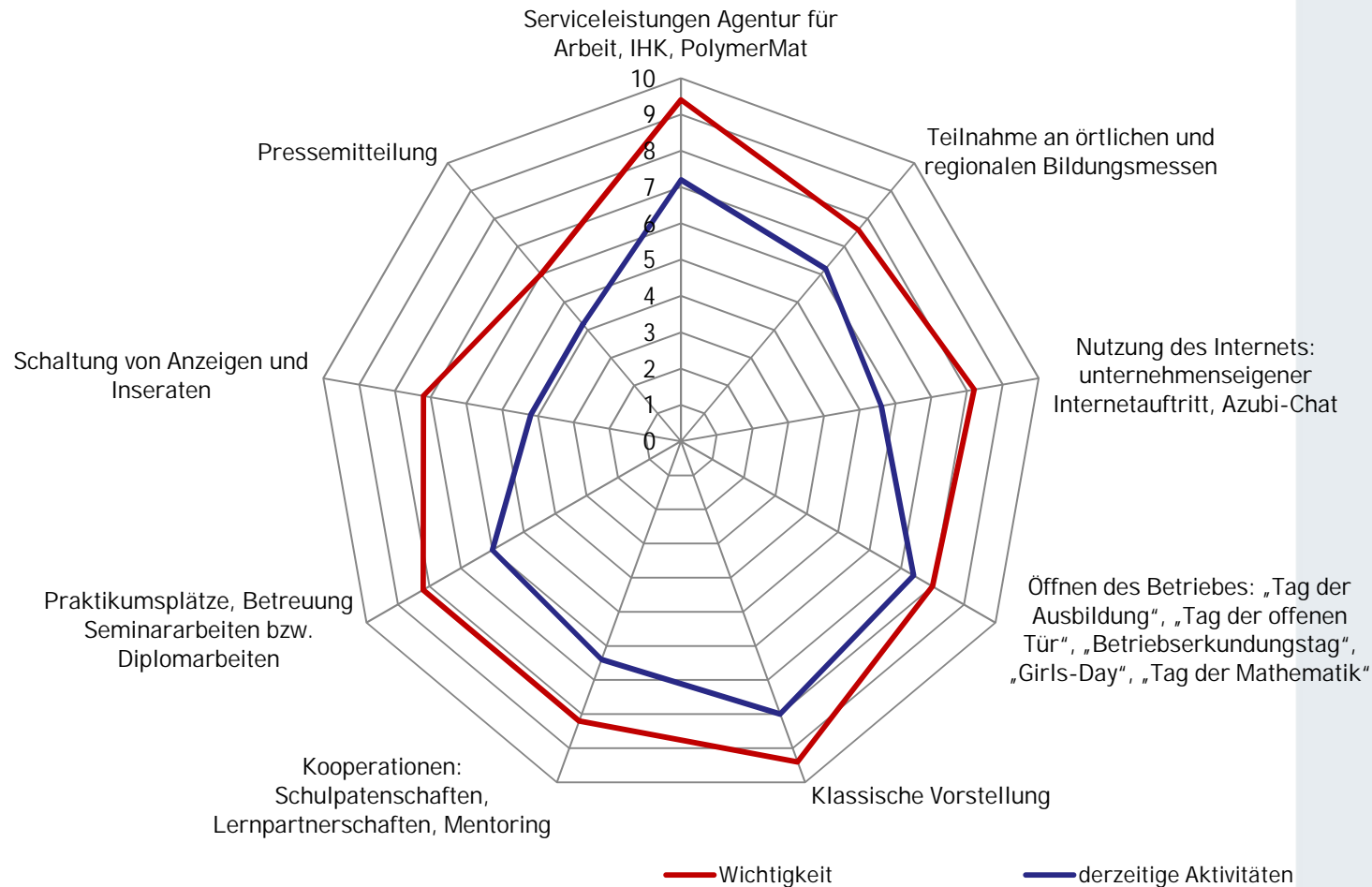
EUROPÄISCHE UNION





# Einschätzung – Vertreter von Unternehmen

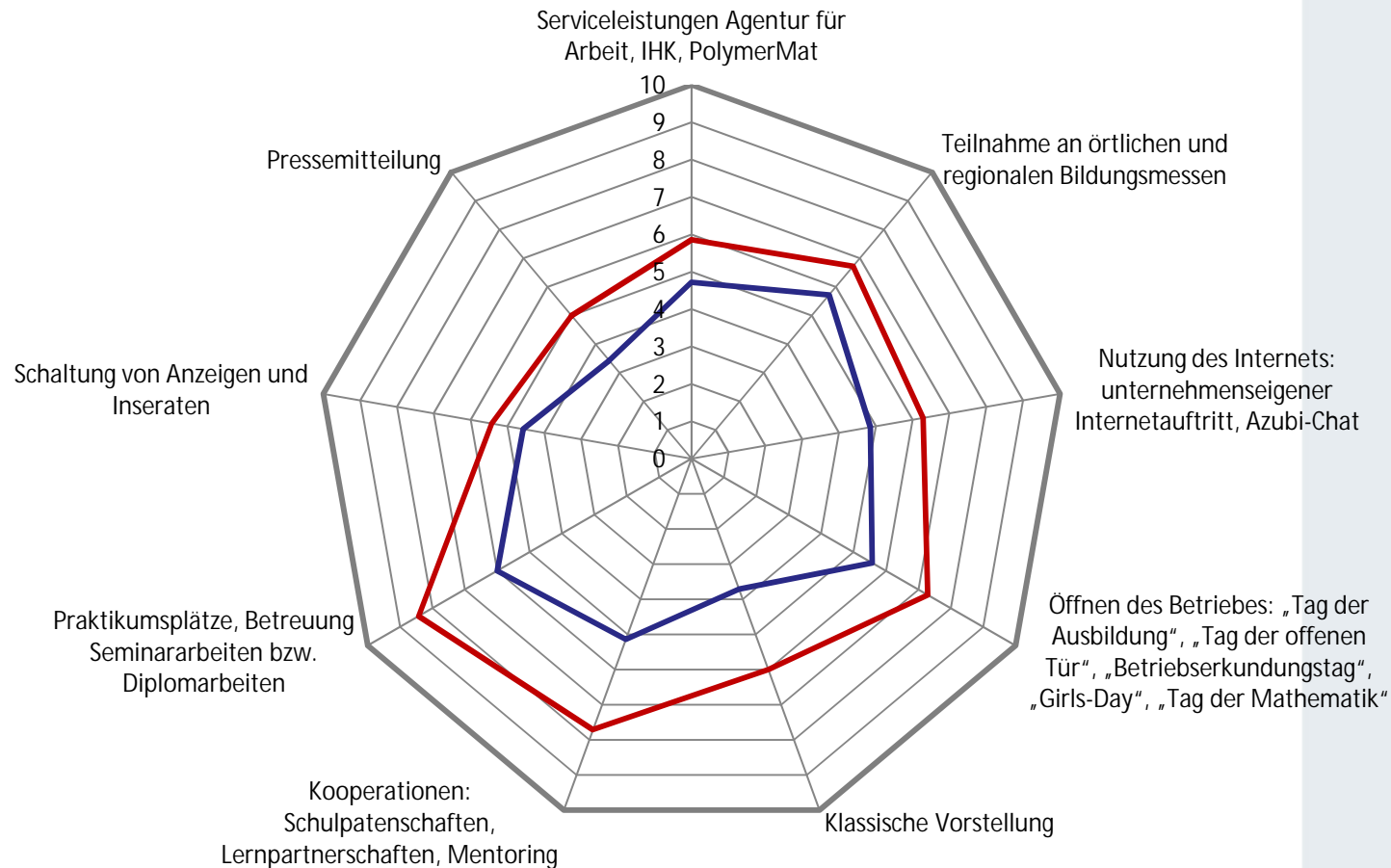
Einschätzung der Instrumenten des Ausbildungsmarketings nach ihrer Wichtigkeit und den eigenen Aktivitäten - 25.03.2009 - BS Gotha





# Einschätzung – Vertreter von Bildungseinrichtungen

Einschätzung der Instrumenten des Ausbildungsmarketings nach ihrer Wichtigkeit und den eigenen Aktivitäten - 25.03.2009 - BS Gotha





# Einschätzung Effizienz

Erfolgversprechende Instrumente unter der Maßgabe: Effizient für das Unternehmen

Punkte-Skala 1 - sehr gut 4 - sehr schlecht	Quantität = Reichweite		Qualität			Kosten		Summe	Ergebnis
	pot. Bewerber	Multiplikatoren	entspr. Anforderungen	bewusste Berufswahl	bewusste Firmenwahl	Kosten	Zeitaufwand		
<b>Gewichtung Ausbildungsmarketing-Instrumente</b>	<b>0,15</b>	<b>0,1</b>	<b>0,25</b>	<b>0,2</b>	<b>0,05</b>	<b>0,15</b>	<b>0,1</b>	<b>1</b>	
Teilnahme an Ausbildungsbörsen/ Bildungsmessen	1	1	1	1	1	1	2	8	1,1
Informationen in der Firmenzeitung	2	1	2	1	1	1	1	9	1,4
Aushang von Stellenangeboten in öffentlichen Gebäuden	2	2	2	1	3	1	1	12	1,6
Unterrichtsstunden in Schulen, Vorlesungen an Hochschulen	1	3	1	1	2	3	2	13	1,65
Persönliche Kontakte zu Schulen und Hochschulen - insbes. Lehrer	1	3	1	1	1	3,5	3,5	14	1,825
Stellenanzeigen Tagespresse, Internet (Website)	2	1	2	2	2	3	1	13	1,95
Teilnahme an Firmenkontaktveranstaltungen	2	3	3	1	3	1	1	14	1,95
Praktika für Berufsberatungslehrer, um die Anforderungen des Berufs zu zeigen	2	2	2	1	2	2,5	3	14,5	1,975
Schnuppertage für Schüler	2	4	2	1	1	2,5	3	15,5	2,125
Fachpraktika, Praxissemester	2	2	4	1	1	1	3	14	2,2
Öffentlichkeitsarbeit/ Pressearbeit allgemein (terminlich nicht unproblematisch!)	2	2	3	2	1	2	2	14	2,2
Projektarbeiten	3	3	1	3	1	2	3	16	2,25
Anzeigen in Schülerzeitungen	1	2	4	3	3	1	1	15	2,35
Kontakt der Azubis zu den Schulen	2	3	3	2	2	2	2	16	2,35
Darstellung der Ausbildungsberufe auf einer speziellen Auszubildenden-Website	1	1	4	4	1	1	2	14	2,45
Aushang an Schulen und Hochschulen	3	4	2,5	3	3	1	1	17,5	2,475
Zusammenarbeit mit IHK, BA	3	4	3	4	4	1,5	1	20,5	2,925
Werbespots, Anzeigen im Hörfunk, Flyer	1	2	4	4	3	4	1	19	3



# Übersicht Schulen in Thüringen

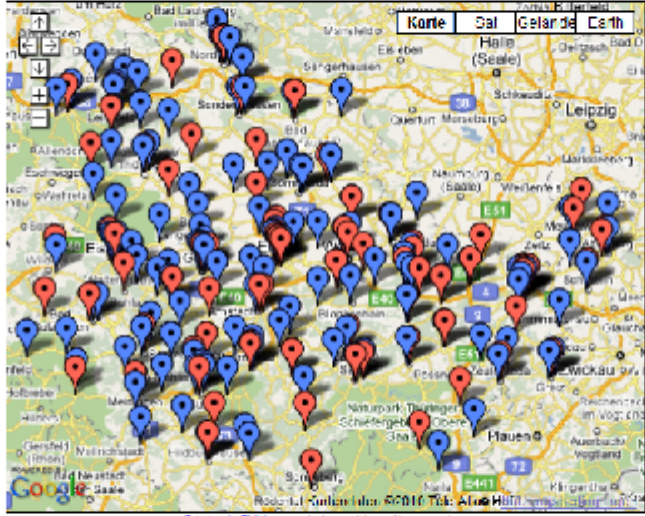
unter <http://www.polymermat.de/FAKT/index.php?id=15>

Kunststoff & Karriere - Schulen in Thüringen - Mozilla Firefox

http://www.polymermat.de/FAKT/index.php?id=15

**Kunststoff & Karriere**

Startseite  
Schulen in Thüringen  
Gewerblich-technische Berufe  
Kaufmännische Berufe  
Studiengänge  
Ausbildungsstellen  
Angebote für Schulen  
Angebote für Unternehmen  
Technikum  
Unternehmensfolge ausbilden  
Links  
Kontakt / Impressum



Schulen in Thüringen sind eine große Karte auslegen

<p>Landliche Regel Schule Altenburg</p> <p>Städtische Regel Schule Bernburg Apolda</p> <p>Werner-Sauer-Lit.-die-Regel Schule Apolda</p> <p>Dr. Harald-Bleher-Regel Schule Arnstadt</p> <p>Johann-Cottfried-Friedrich-Schule Artern</p> <p>Franz-Sülzer-Regel Schule Auma</p> <p>Kinderbergschule Markkleschule Bad Hersfeld</p> <p>Städt. Regel Schule Bad Blankenburg</p> <p>Justi-Georgius-Ring-Regel Schule Bad Frankenhausen</p> <p>Regel Schule Bad Hersfeld</p> <p>Waldschule Regel Schule Bad Langensalza</p>	<p>Landliche Regel Schule Usteda</p> <p>Städtische Regel Schule Weimarer Stadt</p> <p>Städtische Regel Schule Weimarer Stadt-Pfaffenberg</p> <p>Regel Schule Weimarer Stadt</p> <p>Regel Schule Weimarer Stadt-Lühl</p> <p>Grundschule Regel Schule Weimarer Stadt-Süd</p> <p>Josephine-Regel Schule Weimarer Stadt</p> <p>Städtische Regel Schule Weimarer Stadt-Schwarzhausen</p> <p>Städt. Regel Schule Weimarer Stadt</p> <p>Grundschule Regel Schule Weimarer Stadt-Tambach-Dörfchen</p> <p>Landliche Regel Schule Weimarer Stadt-Therese</p>
--	--

des Bundesministeriums für Bildung und Forschung und dem Europäischen Sozialfonds der Europäischen Union.

**jobstarter**  
Für die Zukunft der Kinder

Bundesministerium für Bildung und Forschung

**ESF**  
Europäischer Sozialfonds für Deutschland

EUROPAISCHE UNION

Bundesinstitut für Berufsbildung **BiBB**  
Förderung  
Beratung  
Zusammenarbeit

1/10