

Protokoll

Workshops „Ausbildungsmarketing“

Workshop 1: Welche sind die für uns erfolversprechenden Instrumente des Ausbildungsmarketings? Wie können Sie im Netzwerk nutzbringend weiter entwickelt werden?

Workshop 2: Welchen Service können Netzwerke, Verbände und Kammern Unternehmen im Bereich Ausbildungsmarketing zur Verfügung stellen?

13.05.2009, INNOVENT e.V., Jena

Teilnehmer: siehe Unterschriftenliste

Nach der Vorstellung von Ausbildungsmarketing im Allgemeinen durch Frau Claudia Matz, PolymerMat e.V., und dem aktuellen Ausbildungsmarketing bei INNOVENT e.V. und Plastverarbeitung Thüringen GmbH durch Frau Dr. Katrin Pawlik und Frau Karin Gramsch wurden die verschiedenen Instrumente des Ausbildungsmarketing zusammen getragen.

Anschließend wurde für das Thema des 1. Workshops „erfolversprechend unter der Maßgabe Effizienz“ definiert, durch das Gewichten von sieben verschiedenen *Kriterien* im Hinblick auf

- die Erhöhung der Quantität der Bewerbungen,

1. Erreiche ich mit diesem Instrument viele potentielle Bewerber?

2. Erreiche ich viele Multiplikatoren, wie Eltern, Lehrer Reichweite?

- die Erhöhung der Qualität der Bewerber sowie

3. Hilft mir das Instrument, Bewerbungen von Bewerbern zu erhalten, die meinen Anforderungen entsprechen(3.), die den Beruf bewusst (4.) bzw. meine Firma bewusst (5.) gewählt haben?

- die entstehenden Kosten.

6. Welche direkten Kosten entstehen mir?

7. Welchen Zeitaufwand habe ich bzw. haben Mitarbeiter, indirekte Kosten?

Im Anschluss erfolgte in zwei Gruppen die Bewertung der einzelnen Instrumente unter dem Aspekt der positiven Wirkung auf Quantität und Qualität bzw. der Einschätzung entstehender Kosten. Hierzu wurden Noten von 1 bis 4 vergeben, wobei 1 für sehr gute Wirkung/keine Kosten und 4 für sehr schlechte Wirkung/hohe Kosten steht.

Die Gesamtpunktzahl unter Einbeziehung der Gewichtung ergibt eine Note/ Bewertung, welche das Maß an „erfolversprechend“ für dieses Instrument auf einer Skala von 1 bis 4 ausdrückt. Die Instrumente mit der geringsten Punktzahl sind die erfolversprechendsten.

In der Excel-Tabelle können die Ergebnisse nachgelesen werden, welche in dieser Gruppe erarbeitet wurden. Gleichzeitig kann die Tabelle dafür genutzt werden, eine Gewichtung für das eigene Unternehmen individuell vorzunehmen und die einzelnen Instrumente auf ihre „Erfolgswahrscheinlichkeit“ zu bewerten. (Die Summe aller Gewichtungen muss 1 ergeben.)

Workshops „Ausbildungsmarketing“, 13.04.2009, INNOVENT e.V., Jena

Protokoll

Dieser Ergebnisse können nun mit den Ergebnissen aus der erfragten Einschätzung der Wichtigkeit verschiedener Instrumente des Ausbildungsmarketings aus der Veranstaltung am 25.03.2009 in der Berufsschule Gotha miteinander verglichen werden.

Claudia Matz