

Gunther Müller

AZUBIMARKETING IN DER HAUSWIRTSCHAFT: NACHWUCHS GEWINNEN – ABER WIE?

Agenda

- Die Sicht der Generation Z kennen
- Wie erreichen wir die GenZ
- Diskussion und Austausch

Wer ist die GenZ

- **Generation Z** : Geburtsjahrgänge ca. 1995-2010 (heute 15-30 Jahre alt)
- In Deutschland macht die Gen Z mit rund zwölf Millionen Einwohner/innen einen Anteil von etwa **14,8 Prozent der Bevölkerung** aus
- Erste vollständig digital sozialisierte Generation „**Digital Natives**“
- Jugend geprägt durch **Krisenerfahrungen**
 - Pandemie
 - Wirtschaftliche Unsicherheiten
 - Kriege

Wie tickt die GenZ

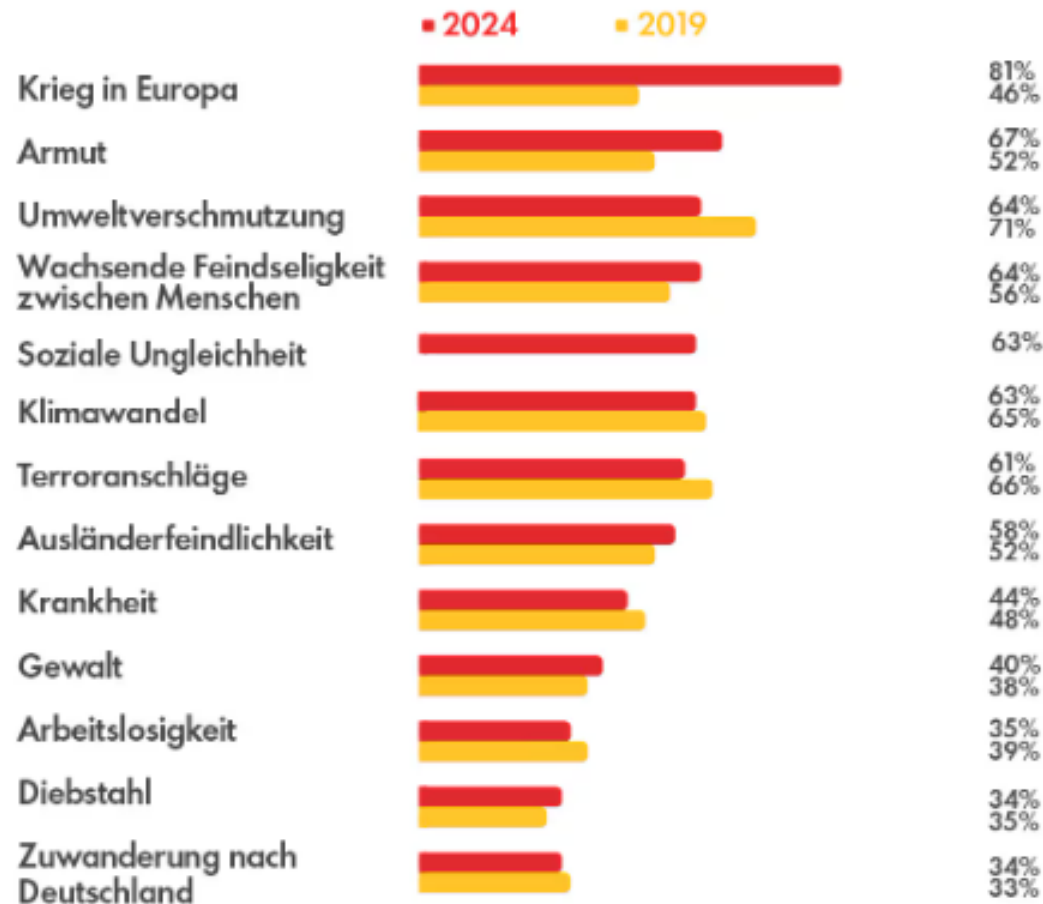
- Einstellungen zum Leben

Die Ängste der GenZ



Shell Jugendstudie 2024

Jugendliche haben Angst vor...



Lebensziele und Werte der GenZ

Shell Jugendstudie 2024

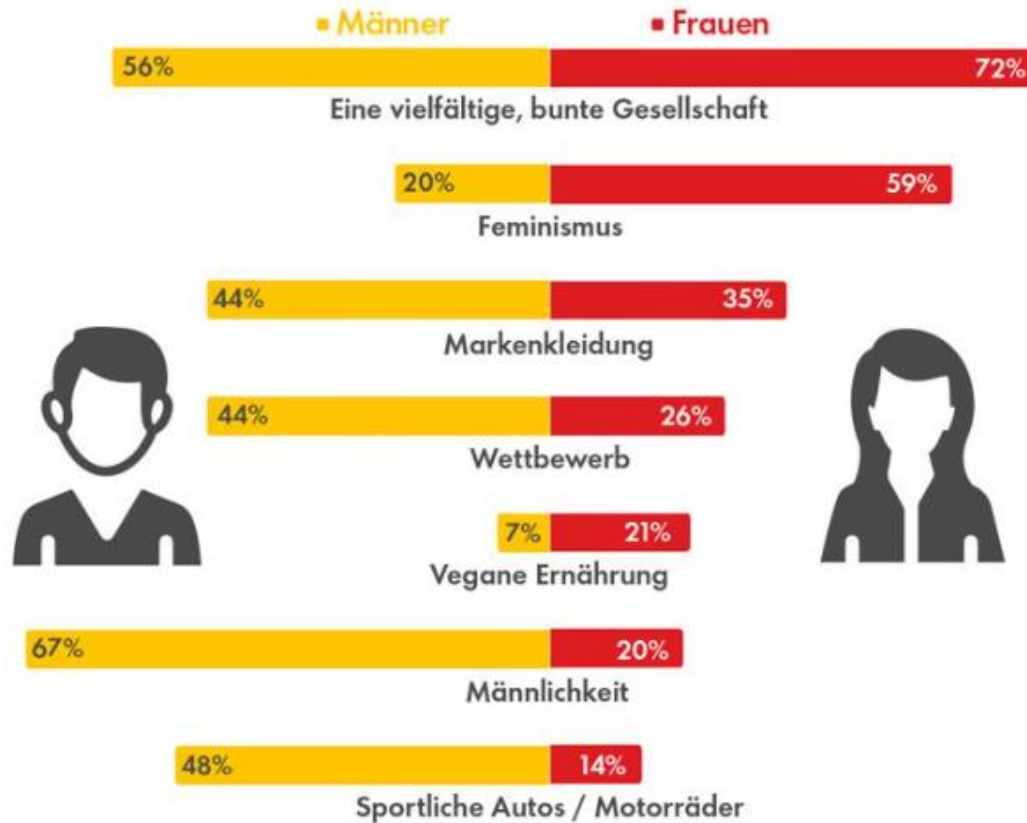
Lebensziele und Werte bleiben stabil



Genderthemen und GenZ

Shell Jugendstudie 2024

„Woke“ Themen sind jungen Frauen deutlich wichtiger



Genderthemen und GenZ

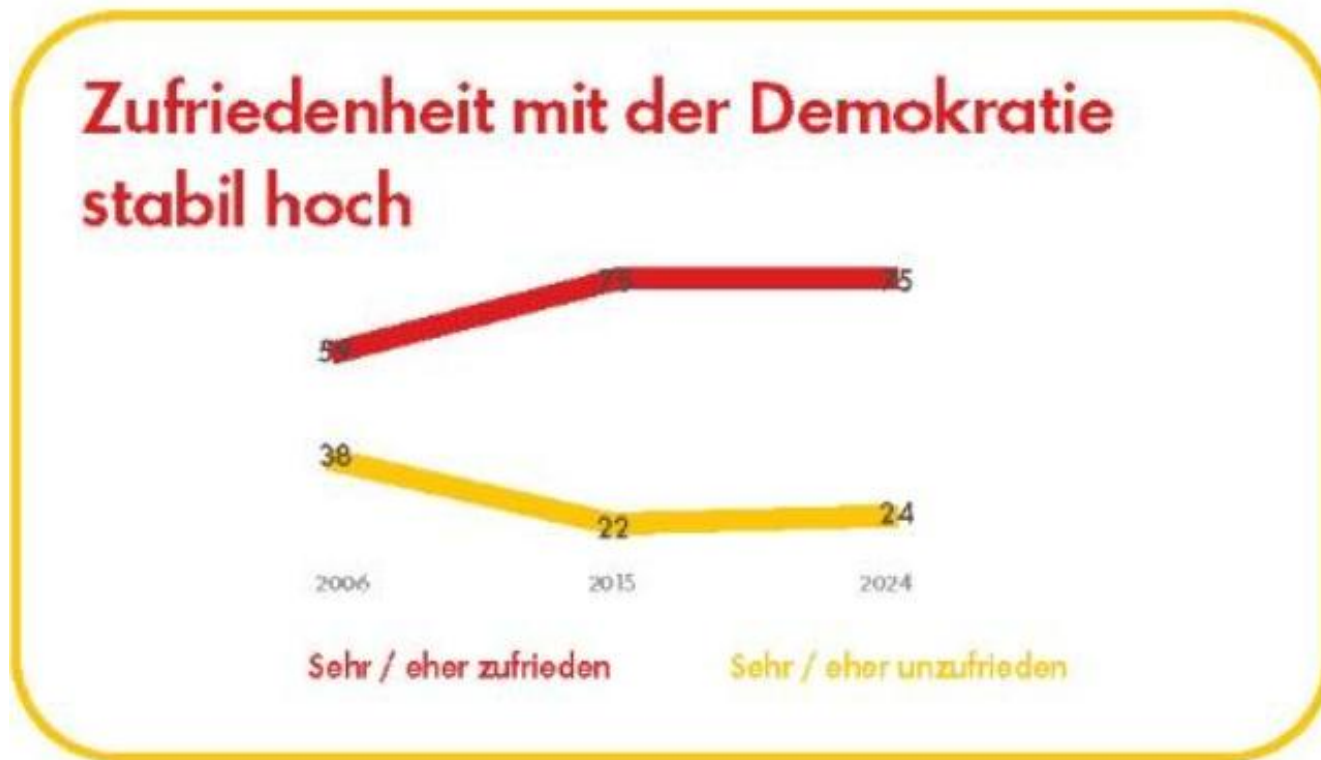
Erwerbsarbeit mit Kleinkind: Nahezu die Hälfte bevorzugt das Modell
„Mann als Allein- oder Hauptversorger“



Shell Jugendstudie 2024

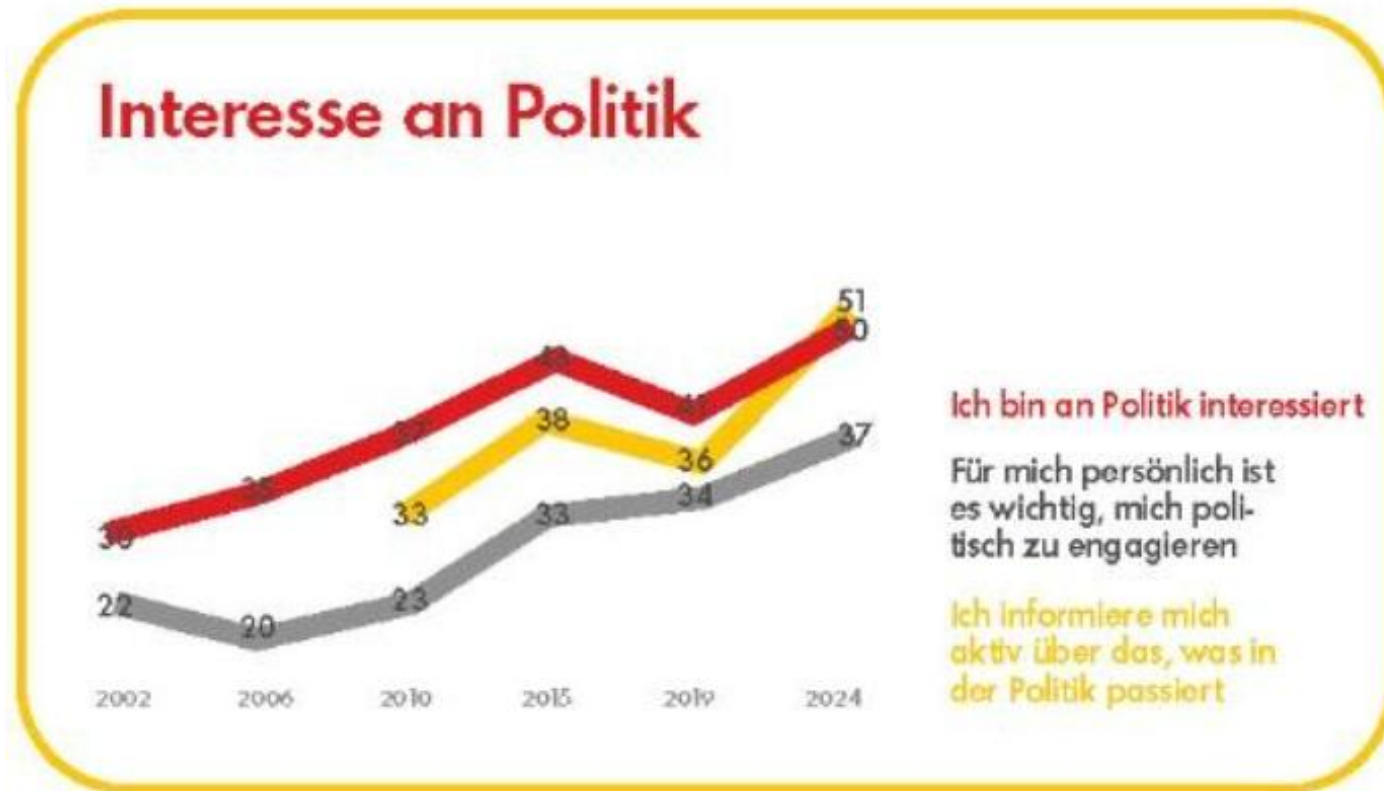
Politik und GenZ

Shell Jugendstudie 2024



Politik und GenZ

Shell Jugendstudie 2024



Wie tickt die GenZ

- Einstellung zur Arbeit

Was ist dir beim Arbeitgeber wichtig

Denk an die Wahl deines Arbeitgebers. Welche der folgenden Dinge sind dir bei der Wahl deines Arbeitgebers besonders wichtig?



Startklar Studie (2023)

Mehrwert für Ihr Ausbildungsangebot

- Welche der folgenden Informationen sind für dich wichtig,
- damit du dich bewirbst?

Mögliche Zusatzqualifikationen und Fortbildungen,
die ich in der Ausbildung
absolvieren kann

76,5%

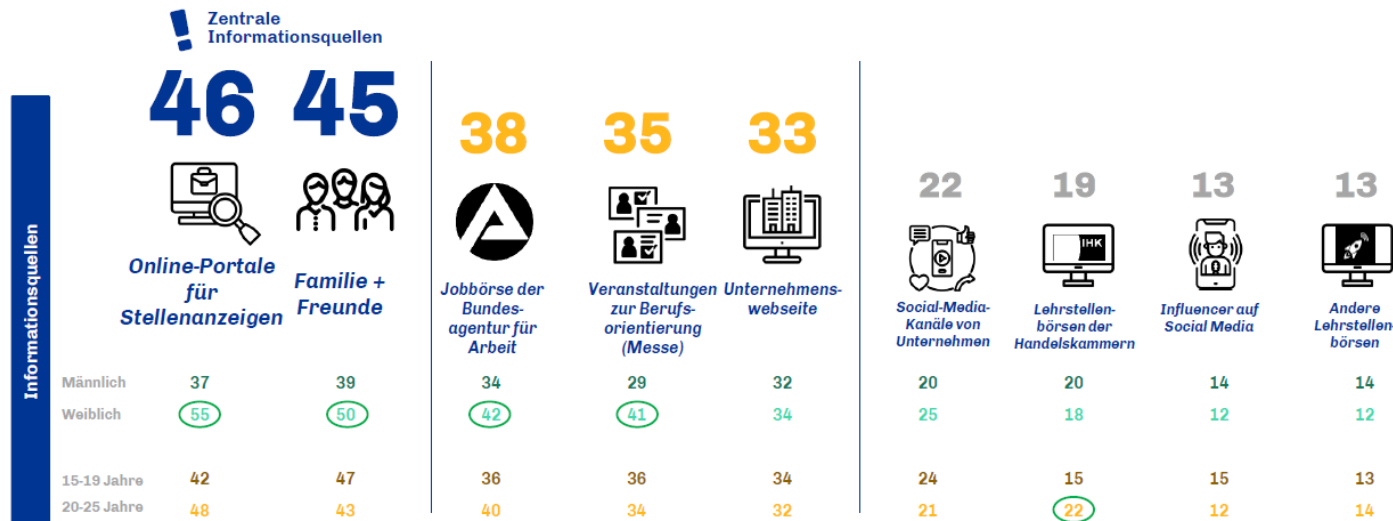


Quelle: u-form Testsysteme GmbH & Co. KG; Studie Azubi-Recruiting Trends 2020, S. 53

Wo informieren sich die Schülerinnen und Schüler über Berufe?

Relevante Informationsquellen zu Ausbildungsangeboten

Online-Portale für Stellenanzeigen und der Rat von Familie und Freunden sind die zentralen Informationsquellen. Gefolgt von der Jobbörse, Messen sowie Unternehmenswebsites – von Frauen jeweils stärker in Anspruch genommen als von Männern. Social Media-Kanäle der Unternehmen und Influencer gewinnen bei den 15-19jährigen als Informationsquelle an Bedeutung.



F13. Wo würdest Du Dich bzw. wo hast Du Dich ggf. über Ausbildungsangebote informiert?
Basis: Keine grundsätzliche Ablehnung einer Ausbildung, n = 961. Mehrfachnennung möglich. Werte in %

Woanders: 2%, Das weiß ich nicht (mehr): 8%
Signifikanter Unterschied in Untergruppen:

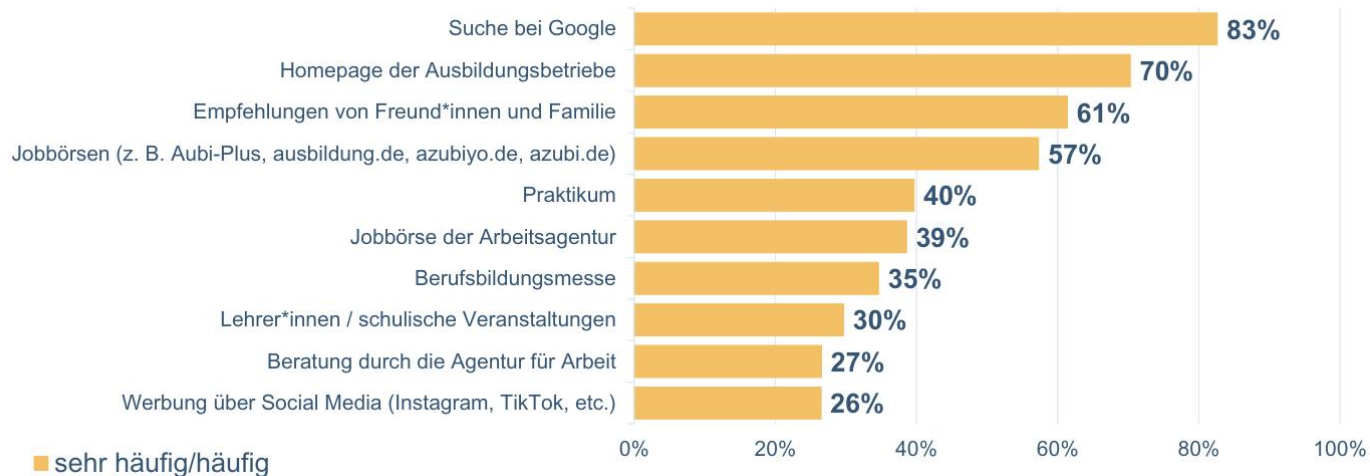
Quelle: Erwartungen der GenZ an Ausbildungsbetriebe. Wirtschaftsjuvenen Deutschland 2024.

Wo informieren sich die Schülerinnen und Schüler über Berufe?

Informationskanäle – Top 10

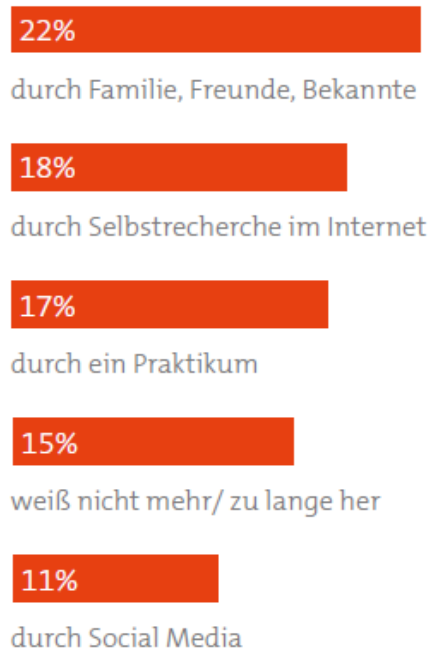


„Welche der folgenden Informationskanäle nutzt du bzw. hast du wie häufig für die Suche nach einem Ausbildungsplatz oder einem dualen Studium genutzt?“



Quelle: u-form: Azubi-Recruiting Trends 2024.

Der erste Kontakt zum Ausbildungsberuf



Azubireport 2024

Diskussion

Wie erreichen wir die GenZ

Zentral für alle Aktivitäten des Azubimarketings



- Stellen Sie sich die Frage: Was macht Sie als ausbildendes Unternehmen attraktiv?
- Inwieweit kommunizieren Sie diese Aspekte?
- Und was unterscheidet Sie ein wenig von anderen ausbildenden Unternehmen?

Eine ganz wichtige „Hausaufgabe“ für Ihr Azubimarketing!

Mehrwert für Ihr Ausbildungsangebot

Zusatzqualifikationen anbieten: Spezialisierungen,
Fremdsprachen, Soft Skills

(Auslandspraktika / internationale Erfahrungen)

Benefits: Fahrtkostenzuschüsse, Prämien,
das kleine Geschenk zur Zwischenprüfung

Wettbewerbe: Branchenverbände,
Landesleistungswettbewerbe,
„World Skills“

Ehrungen: Imagegewinn für den Betrieb



Quelle: Illustration: Daniel Jennewein, RKW Kompetenzzentrum

Best Practice: das Azubiprojekt

Digitale Azubiprojekte, die

- die Digitalisierung im Unternehmen vorantreiben,
- von den Azubis selbst initiiert und umgesetzt werden,
- virtuelle Formen der Zusammenarbeit erproben,
- das Aufbauen digitaler Kompetenzen fördern und
- die Attraktivität als Ausbildungsbetrieb steigern.



<https://www.youtube.com/watch?v=DoDO1FyvC0g>

Unterstützung durch die digiscouts

<https://www.digiscouts.de/>

Best Practice: das Azubiprojekt

- Hauswirtschaft bietet viele Möglichkeiten
- Hot Dog Stand
- ...
- ...

PIMP YOUR HOT DOG

delicious!



06

Best Practice

Ausbildungsbotschafter

- Peer to Peer (auf Augenhöhe, realitätsnah, authentisch)
- Kostenfrei
- Zugang zu Schulen

<https://wm.baden-wuerttemberg.de/de/service/foerderprojekte/ausbildungsbotschafterinnen>



Nicht vergessen! Das Bewerbungsverfahren

Das ist Bewerberinnen und Bewerbern wichtig:

Schnelle Rückmeldung

Eingangsbestätigung mit den Terminen für die nächsten Schritte

Augenhöhe

Du oder Sie?

Persönlicher Ansprechpartner

„Echte“ Personen statt anonymer E-Mail



Individuelles Feedback bei Absage

Mündlich machbar trotz AGG

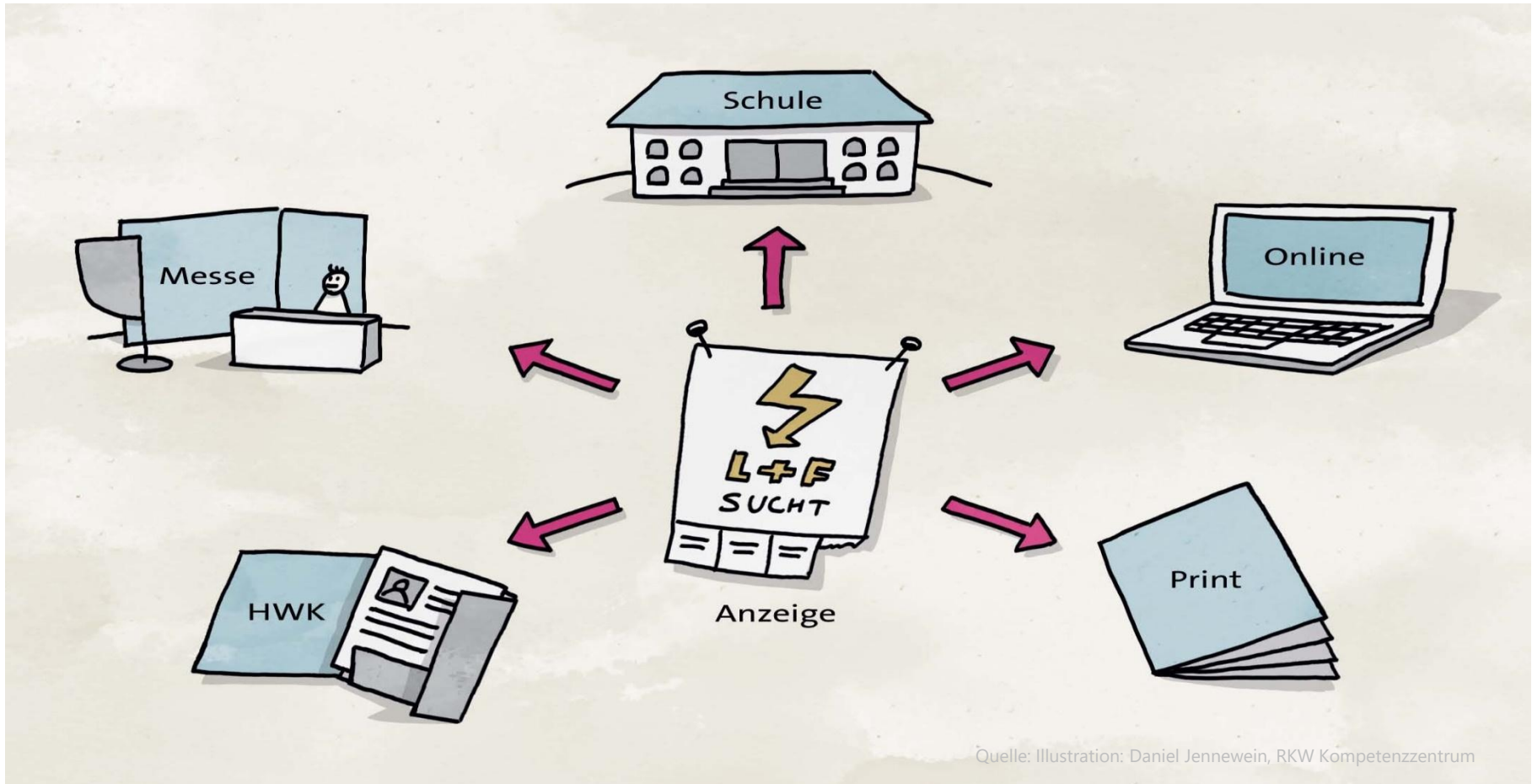
Informationen über das Verfahren

Schulnoten oder Auswahlverfahren?

Dauer des Verfahrens

Quelle: Illustration: Daniel Jennewein,
RKW Kompetenzzentrum

Im Zentrum: die Stellenanzeige



Die Blaupause Ihres Azubimarketings

Klassisch:

Innensicht, „Eigenlob“

Aufstellungsvoraussetzungen

- Noten
- Teilnahmefähigkeit / Flexibilität ...

Ausbildungsstellen

- Stichwörter

„Wir machen das Übliche“

Bewerbung an

personal@einerlei.gmbh

Firmenlogo, keine oder Stockfotos

Angebotsorientiert:

Ansprache, Motivation, Neugier wecken

Aussagen zu:

- Aufgaben und Tätigkeiten,
- Aussage zur Berufsschule
- Übernahme-/Entwicklungschancen
- Vergütung
- Zusätzlich: „Begeisterungsmerkmale“
- Unternehmen als Arbeitgeber
- Testimonials von Azubis

Voraussetzungen: tätigkeitsbezogen

– **Suchradius ausweiten** –

Aussagen zum Bewerbungsverfahren

Namentlicher Kontakt

Firmenlogo, authentische Bilder



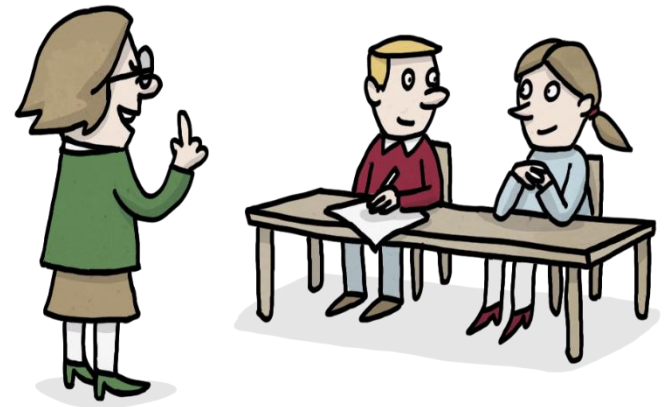
Quelle: Illustration: Daniel Jennewein, RKW Kompetenzzentrum

Lehrerinnen und Lehrer sind in einer Schlüsselrolle

Lehrende vermitteln erste Berufsbilder,
aber: Entsprechen die dem aktuellen Berufsbild?

Lehrende koordinieren die Schülerpraktika,
aber: Wissen die, dass Sie Praktikantinnen und Praktikanten nehmen?

Schülerinnen und Schüler fragen Lehrende um Rat für ihren weiteren Lebensweg,
aber: Denken Lehrende nicht vor allem an weiteren Schulbesuch?



Quelle: Illustration: Daniel Jennewein, RKW Kompetenzzentrum

Regionale Netzwerke Schulprojekte

- Kontakt zu Schulleitung und LehrerInnen
- Möglichkeit der Vermittlung von hauswirtschaftlichen Kompetenzen
 - Kochen in Großküche
 - Textilpflege
 - Dekoration
 - Reinigung

Regionale Netzwerke Schulprojekte



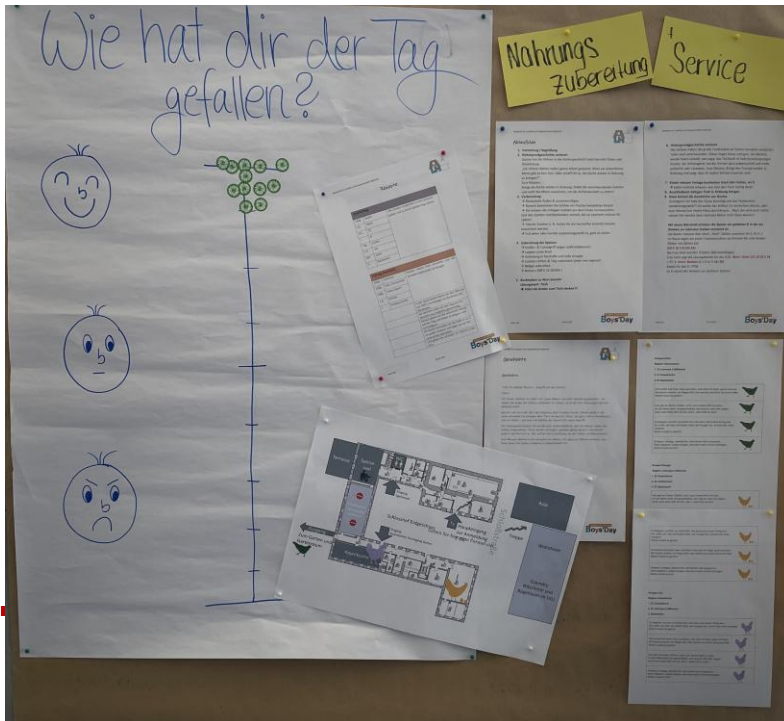
Finanziert durch das Ministerium für Soziales, Gesundheit und Integration aus Landesmitteln, die der Landtag Baden-Württemberg beschlossen hat.

Regionale Netzwerke Schülerpraktika

- Kontakt zu Schulleitung und LehrerInnen
- Praktikumswochen ([Musterpraktikumstag](#))
- Boysdays
- Möglichkeit und Ansprechpartner für Schülerpraktika

Gamifikation/ Exitgame zur Berufsorientierung

- ALHKU organisiert seit 3 Jahren Exitgame
- Jedes Jahr ausgebucht 15 Jungen (BoysDay)



ation aus Landesmitteln, die der Landtag Baden-Württemberg beschlossen hat.

Eltern: nehmen ihre Rolle ernst

Eltern wollen ihren Kindern bei der Berufswahl helfen, **aber: Sie haben selber Informationslücken.**

Eltern wollen das Beste für ihr Kind, **aber: Entscheiden sie sich für das Beste?**

Jugendliche suchen den Rat der Eltern, **aber: Können sie den Rat wirklich bewerten?**

Eltern haben oft das letzte Wort, wo ihr Kind eine Ausbildung anfängt.



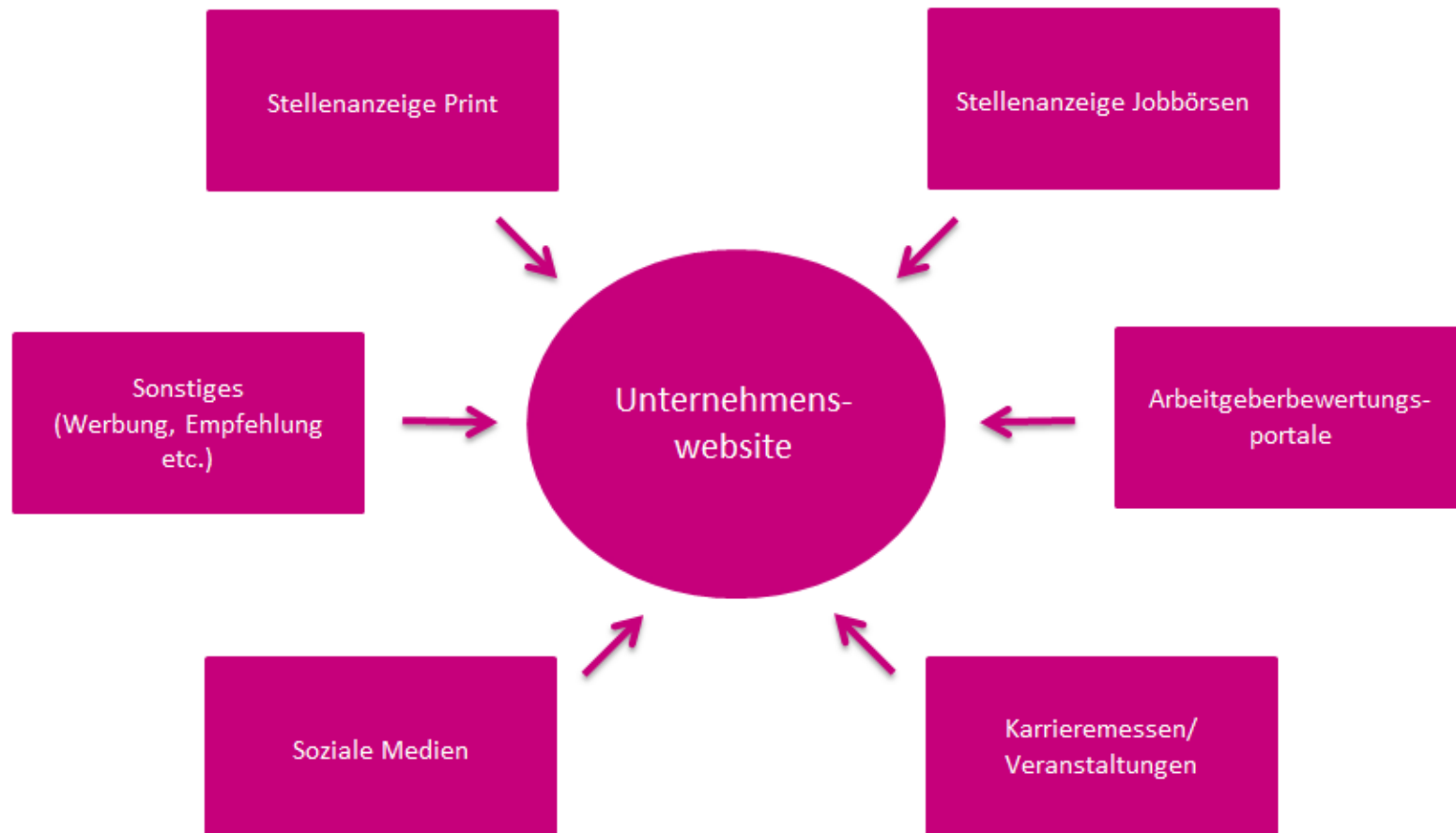
Quelle: Illustration: Daniel Jennwein, RKW Kompetenzzentrum

Informationen zum Beruf

- Kontaktpunkte nutzen
- Tage der offenen Tür
- Saisonale Feste



Die Unternehmenswebsite



Karriereseite

- Ist die Seite über **Google Suche** gut erreichbar?
- Machen sie es Jobsuchenden **so einfach wie möglich**
- **Differenzieren** Sie zwischen Azubi- und Jobsuchenden
- Informieren sie **umfänglich**
- **Bilder und Videos** sagen mehr als tausend Worte

Handreichung Azubi-Marketing



- Kostenfreie Veröffentlichung:
- Kosten freie Veröffentlichung:
Ausbildungsmarketing für kleine und kleinste Unternehmen
 - Klein – aber fein. Als attraktiver Ausbildungsbetrieb bei Jugendlichen groß rauskommen
 - Ausbildungsmarketing offline. Interesse wecken und von sich überzeugen
 - Ausbildungsmarketing online. Werben, wo die Zielgruppe ist/

Informationen rund um die Hauswirtschaft erhalten Sie unter:

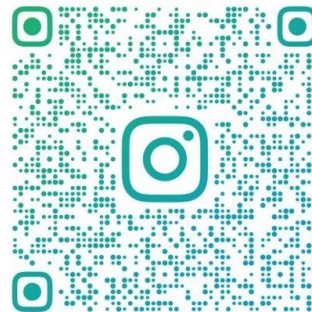
www.hauswirtschaft-bw.de



hauswirtschaft@diakonie-wue.de



[@hauswirtschaft_bw](https://www.instagram.com/hauswirtschaft_bw)



Kontakt Gunther Müller

07111656217

0172 7541357

mueller.g@diakonie-wuerttemberg.de