



20 Tipps

A small white lightbulb icon with radiating lines, positioned to the left of the word 'Tipps'.

für Ihre Sichtbarkeit
im Azubi-Recruiting

Hey, schön, dass Sie da sind!

Kennen Sie das auch? Sie erhalten **immer weniger Bewerbungen** für Ihre Ausbildungsplätze. Und die, die Sie erhalten, überzeugen Sie nicht unbedingt.

Wenn Sie jetzt „**ja**“ sagen, sollten Sie unbedingt weiterlesen. Bei „**nein**“ – herzlichen Glückwunsch. Sie machen offensichtlich vieles richtig. Selbst für Sie ist sicher noch der ein oder andere Tipp dabei.

Woran liegt es, dass die Zahl der Bewerbungen so rückläufig ist? Sicher am **demografischen Wandel**. Und an den **schwierigen letzten drei Jahren**. Diese Rahmenbedingungen können Sie nicht ändern und wir auch nicht.

Konzentrieren wir uns auf die Dinge, **die Sie ändern können**. Stellen Sie sich dazu die folgenden Fragen:

- Ist Ihr Ausbildungsangebot für die Zielgruppe **attraktiv**?

- Stellen Sie Ihr Ausbildungsangebot für die Zielgruppe **attraktiv dar**?
- Ist Ihr attraktives Ausbildungsangebot für die Zielgruppe **sichtbar**?
- Wie viele **Kontaktpunkte** mit Ihrem Ausbildungsangebot bieten Sie den Jugendlichen?

Die Antworten auf diese Fragen fallen Ihnen nicht leicht? Dafür gibt es **dieses Whitepaper**. Für Sie habe ich **20 Tipps** für mehr Sichtbarkeit zusammengestellt.

Wenn Sie trotz all dem nicht weiterkommen – dann sind wir für Sie da. Die u-form Experten unterstützen Sie bei allen Fragen rund um das **Azubi-Recruiting** und die Ausbildung. Sprechen Sie uns an.

Ihre
Felicia Ullrich

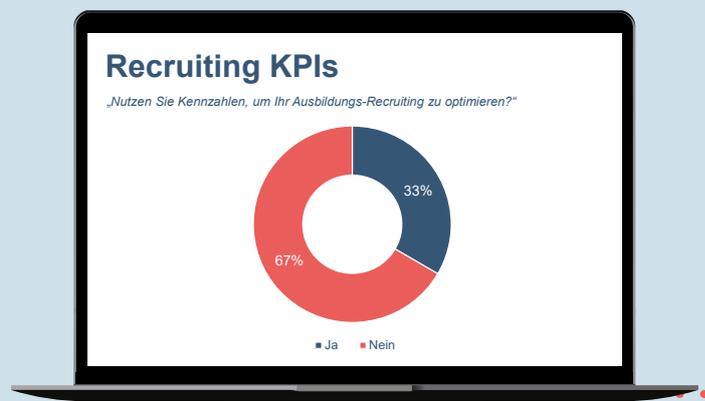
Wissen, wo Sie stehen – die Recruiting KPIs

Bevor Sie mit der Umsetzung der Tipps beginnen, sollten Sie einen Blick auf Ihre Zahlen werfen. Welche Zahlen? **Ihre Recruiting KPIs!** Recruiting KPIs? Ihre Key Performance Indicators– also die Zahlen, die verraten, wie viele Bewerbungen Sie über **welchen Kanal** erhalten. Oder wie viele Ihrer Bewerber*innen im Prozess **abspringen**. Und wie lange Ihre Prozesse überhaupt dauern.

Sie brauchen **Zahlen!** Natürlich auch Kreativität und Mut. Aber auch Zahlen, um Ihr Azubi-Recruiting erfolgreich zu gestalten. Kein: „Ich glaube, die meisten unserer Azubis gewinnen wir über Praktika und Jobmessen“, sondern ein konkretes: „**50 %** unserer Azubis gewinnen wir über Praktika, **30 %** über Jobbörsen und **20 %** über Empfehlungen“.

Wie ich darauf komme? Ein Ergebnis der Azubi-Recruiting Trends 2023 hat mich skeptisch gestimmt. Nach 2 Jahren Corona waren Praktika bei **50 %** der Unternehmen der erfolgreichste Recruiting-Kanal? Deshalb haben wir genauer nachgefragt.

Und siehe da, ich hatte Recht. Nur **33 %** der von uns befragten Unternehmen nutzen Recruiting KPIs für ihr Azubi-Recruiting. **67 %** kennen ihre Zahlen nicht.



Mit einem einfachen Plug-In für die **u-form Online-Testverfahren** oder der Statistik im **u-form E-Recruiting** identifizieren Sie schnell die von Ihren Bewerber*innen am häufigsten genutzten Bewerbungskanäle. Diese **KPIs** helfen zukünftig dabei, Ihre Recruiting-Strategie anzupassen.

Sie wollen mehr erfahren?

Buchen Sie jetzt einen kostenlosen Termin mit unserer Expertin Frau Johannsen.

testsysteme.de/seminare



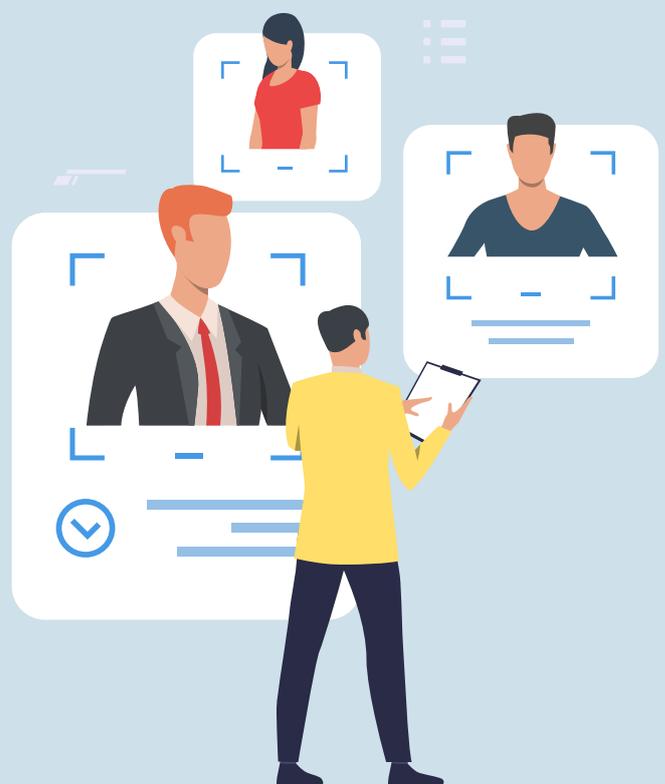
Azubi-Marketing ohne konkrete Zahlen ist wie Stochern im Nebel. Nur wenn Sie wissen, wo der Hase im Pfeffer liegt, können Sie konkrete Maßnahmen ergreifen. Zum Beispiel Ihre Aktivität in Kanälen erhöhen, in denen Sie schon erfolgreich sind. Oder Ihren Messe-Auftritt optimieren oder Kanäle **neu ausprobieren**, die Sie bisher nicht in Ihrem Recruiting-Blick hatten.

Wenn Sie nicht wissen, wo Ihre **Problemzonen** sind, können Sie diese auch nicht abstellen oder verbessern. Vielleicht setzen Sie auf die falschen Kanäle? Dann wären Google oder Social Media eine Lösung. Dauert Ihr Bewerbungsprozess zu lange oder springen viele Bewerber*innen ab, dann sind eine **60 Sekunden-Bewerbung** und digitale Prozesse eine Lösung. Es bewerben sich zu viele nicht geeignete junge Menschen? Dann sollten Sie an Ihren Stellenanzeigen arbeiten. Zahlen bringen Antworten, Mut und Kreativität die Lösung.

Die so genannten Recruiting KPIs sind kein Hexenwerk und oft leichter zu bekommen als gedacht. Weil sie so wichtig sind, finden Sie in unserem Blog all die Zahlen aus Ihren Recruiting-Prozessen, die Sie kennen sollten.

Einfach den Link anklicken oder QR-Code scannen.

shrtnr.link/KPI





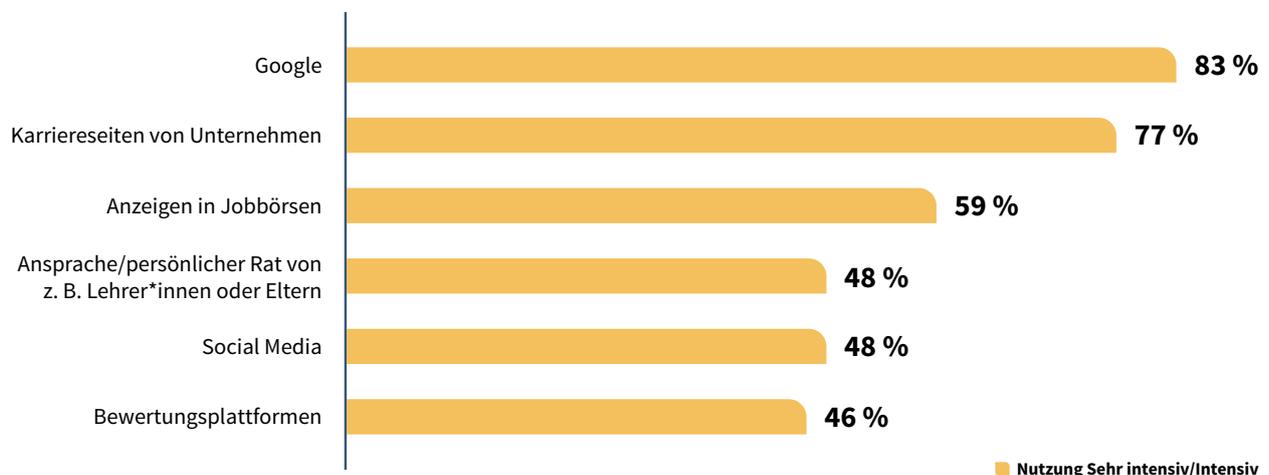
1. Werden Sie bei Google sichtbar

Verkaufsexperten des Performance Marketing sagen, dass es mindestens 5 Kontaktpunkte braucht, bis die meisten Menschen etwas kaufen. Eine Anzeige oder ein Mailing reichen nicht aus, um Kunden zu gewinnen.

Warum sollte, was für Kunden gilt, nicht auch für Bewerber*innen gelten? Daher muss Ihre Devise lauten, **möglichst viele Kontaktpunkte für Jugendliche zu bieten**. Werden Sie auf vielen Kanälen sichtbar – auf jeden Fall auch bei Google.

Von Bewerber*innen genutzte Infokanäle

„Wie informierst du dich über mögliche Ausbildungsstellen?“



Im Online-Seminar: „Ausbildungsplätze mit Google besetzen“ erklärt Thorsten Piening von persomatch, welche Möglichkeiten sich anbieten, um den Weltmarktführer der digitalen Suche erfolgreich fürs Azubi-Recruiting zu nutzen. Jetzt online schauen:

shrtnr.link/google





2. Punkten Sie mit einer attraktiven Karriereseite

Was die ausmacht? Dazu gibt es ein cooles E-Book von Henner Knabenreich, das Sie hier herunterladen können:

testsysteme.de/download



3. Schalten Sie eine attraktive Stellenanzeige in Jobbörsen

Das sind zwei Tipps in einem. Jobbörsen gehören neben Google und Karriereseiten zu den wichtigsten Kanälen bei der Ausbildungsplatzsuche. Auch die Jobbörse der Arbeitsagentur spielt bei der Ausbildungsplatzsuche noch bei den Top 10 Kanälen mit.

Der beste Kanal nützt nichts, wenn die Botschaft nicht stimmt, die er sendet. Schalten Sie daher eine attraktive Stellenanzeige und nicht irgendeine. Stellenanzeigen haben zwei Aufgaben: Sie dienen dem Leser zur Einschätzung, ob der Job und die geforderten Kompetenzen zu ihm passen und ob er diese erfüllen kann. Genauso wichtig ist, dass sie auf den Ausbildungsplatz oder auf Sie als Unternehmen Lust machen.

Damit die Leser einer Stellenanzeige auch zu Bewerbenden werden. Nutzen Sie doch einfach die Schnittstelle des u-form E-Recruitings zu Ausbildung.de. Einmal registriert, wird der Lesende mit einem Klick zum Bewerbenden.

testsysteme.de/e-recruiting



4. Schnittstelle E-Recruiting

Die Basis für das **u-form E-Recruiting** ist der **“Bewerbernavigator”**. Wir haben unser Bewerbermanagement-System auf die Anforderungen der jungen Zielgruppe zugeschnitten, die Prozesse verschlankt und so vorkonfiguriert, dass Sie schnell starten können. Wer es individueller mag, kann das Bewerbermanagement auf seine Anforderungen zuschneiden lassen. Individuell konfigurierbare Schnittstellen

bieten Ihnen die Möglichkeit, dieses Recruiting-Tool auch dann einzusetzen, wenn Sie schon über ein Bewerbermanagement verfügen. Individuelle Anpassungen großer Lösungen sind oft teuer und zeintensiv oder die Systeme unflexibel. Diesen Aufwand umgehen Sie, indem Sie unser E-Recruiting für die Gewinnung von Dualen Studierenden und Azubis Ihrem HR-System vorschalten.

testsysteme.de/e-recruiting



5. Werbeträger

Hängen Sie ein Plakat an Ihr Firmengelände oder nutzen Sie Ihre Firmenfahrzeuge als fahrende Werbeträger. Kooperieren Sie mit Döner-Läden oder Bäckereien, die bei Schulen um die Ecke sind. Fragen Sie, ob Sie ein Plakat für Ihre Ausbildung aufhängen dürfen oder spendieren Sie mal einen Döner.



6. Begeistern Sie durch einen attraktiven Auftritt bei Jobmessen

Würden Sie einen Vertriebler nach seinem Ziel auf Messen fragen, wäre die Antwort ganz einfach: Leads, Leads und noch mal Leads. Denn aus Leads werden Verkaufschancen und aus Verkaufschancen werden Kunden.

Und genau darum geht es auch auf Jobmessen. **Generieren Sie Kontakte.** Aus Kontakten werden Bewerbungen und aus Bewerbungen Azubis. Wie das geht? Schauen Sie mal in unseren Blog, da haben wir spannende Tipps für Sie parat.

Da sein allein reicht allerdings nicht. Sie müssen Ihre Zielgruppe erreichen, begeistern und am besten direkt dazu bekommen, sich zu bewerben.

78 % der Jugendlichen wünschen sich Jobmessen vor Ort statt digitaler Alternativen. Für **40 %** ist es ein wichtiger Kanal, um sich über Ausbildungsplätze zu informieren.

Erfahren Sie im Webinar **„Berufswahlmesse: So kommunizieren Sie richtig“** mit Felicia Ullrich und Susanne Peters, warum das Face-to-Face-Gespräch ein unverzichtbarer Baustein des Azubi-Marketings ist und wie Sie Ihre Messteilnahme erfolgreich planen und durchführen.

shrtnr.link/messe





7. Versuchen Sie mal ebay-Kleinanzeigen

Dort gibt es eine eigene Rubrik für das Thema Ausbildung. Großer Vorteil: Sie können viele Bilder einstellen und so Eindrücke von Ihrer Ausbildung vermitteln.



8. Seien Sie auf Social Media präsent, aber richtig

Social-Media-Kanäle wie Instagram, TikTok oder YouTube sind passive Werbekanäle, wie Fernsehen oder Radio, halt nur in neu. Nur **10 %** der Jugendlichen suchen aktiv in sozialen Medien nach Ausbildungsplätzen. Kaum ein Mensch trifft also einfach so auf Ihr Social-Media Angebot, außer er folgt jemandem, der Ihnen folgt.

Was Sie brauchen, um für die Zielgruppe sichtbar zu werden, sind Follower und möglichst viele davon. Die werden Sie, selbst wenn Sie sehr regelmäßig posten, ohne Anzeigenschaltung oder richtig witzige Posts, die viral steil gehen und sich sozusagen von allein „vermehren“, nicht schaffen.

Einfach nur Anzeigen zu schalten kann in den Sozialen Medien aber auch richtig Geld verbrennen. Eine gute Alternative ist Social-Media-Performance Recruiting. Wie das geht und was es kann, das zeigen wir Ihnen hier:

shrtnr.link/performance



9. Kooperieren Sie mit Schulen

Ausbildungsunternehmen müssen dort sichtbar werden, wo sich die Jugendlichen aufhalten. Bei Google, vor Ort oder in der Schule. Klassische Werbung ist in Schulen meist nicht gern gesehen.

Neben Schulkooperationen gibt es dennoch eine clevere Methode, wie Sie im schulischen Umfeld sichtbar werden: in **digitalen Vertretungsplänen** oder auf **digitalen Lernplattformen**. Wie das möglich ist und wie Schülerkarriere.de funktioniert, das erzählt **Thomas Hoppe** im Video unserer Reihe „Gespräche im Bus“.

Gespräche im Bus

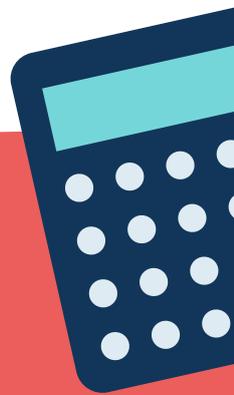
Erfahren Sie in unserer Folge „Gespräche im Bus“ mit **Thomas Hoppe** von **schülerkarriere.de**, wie Sie im schulischen Umfeld sichtbar werden: in digitalen Vertretungsplänen oder auf digitalen Lernplattformen.

shrtnr.link/bus1



10. Bieten Sie Schnuppertage oder Praktika an

Die Startklar Schülerstudie 2023 von Ausbildung.de zeigt, Praktika haben die Vorstellung des Wunschberufes der Schüler*innen am meisten beeinflusst. Einer von vielen guten Gründen, Schnuppertage anzubieten.



11. Bieten Sie ein Summercamp an

12 Wochen Schulferien aber nur 6 Wochen Urlaub. Eltern haben oft ein Problem damit, wie sie ihre Kinder in den Sommerferien betreut bekommen. Wie wäre es mit einem Summercamp. Spielerisch Berufe erfahren und Sie als Unternehmen kennenlernen. Ihr Unternehmen allein ist dafür zu klein? Tun Sie sich einfach mit anderen Unternehmen zusammen. Jeder nimmt die Kinder einen Tag. So haben Sie nicht so viel Stress und die Kinder ein abwechslungsreiches Programm.

Für alle IT-Unternehmen: Nutzen Sie die Angebote der Hacker School (www.hacker-school.de). Die bieten spannende Angebote für Schüler*innen und sind immer auf der Suche nach Partnern, die diese Projekte betreuen.



12. Betreiben Sie aktives Empfehlungsmarketing

Bitten Sie Ihre Mitarbeiter*innen und Azubis um Mithilfe bei der Suche nach neuen Kolleg*innen. Loben Sie kleine Prämien aus, für all die, die Azubis vermitteln.

Gespräche im Bus

In unserer Folge „Gespräche im Bus“ erzählt Ihnen **Denis Buß**, welche spannenden Vorteile das Empfehlungsmarketing für Unternehmen bietet und wie es am besten konzipiert und umgesetzt wird. Erfahren Sie mehr in unserem Video.

shrtnr.link/bus2

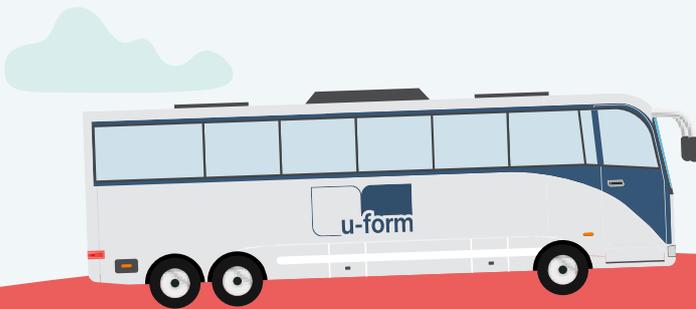


13. Sind Sie im Handel, in der Gastronomie oder im Handwerk tätig?

Dann machen Sie das Gleiche mit Ihren Kunden. Bitten Sie um Mithilfe bei der Suche nach passenden Azubis. Loben Sie auch hier eine kleine Prämie aus.

14. Schüler*innen fahren viel Bus

Schauen sie, ob Sie bei Ihren Stadtwerken Werbung in Bussen schalten können. Keep it simple. Ein aufmerksamkeitsstarkes Motiv, ein QR-Code und eine Bewerbungsmöglichkeit – mehr nicht.



Die 60-Sekunden Bewerbung – mehr als ein Trend

Eine direkte Bewerbung, ohne Registrierung und in 60 Sekunden ausfüllbar, verringert die Absprungraten deutlich und steigert die Zufriedenheit Ihrer Bewerber*innen. Wie das Ganze aussehen kann? QR-Code scannen und ausprobieren!

shrtnr.link/60



15. Schalten Sie Anzeigen in Abi-Zeitungen

– die liest auch heute noch jeder Schüler. Bieten Sie die Möglichkeit, sich auch kurzfristig für das gleiche Jahr noch zu bewerben. Vor lauter Abi-Stress ist das Thema Bewerbung dem ein oder anderen Schüler da durchgegangen.





16. Nehmen Sie Kontakt zu Sportvereinen auf



Ein Satz Trikots ist billiger als manche Anzeige. Ein guter Trainer kennt seine Jungs und Mädchen. Er weiß, wer zuverlässig ist und sich engagiert. Machen Sie einen Deal mit Ihrem Sportverein – Trikots oder finanzielle Unterstützung gegen Empfehlung Ihrer Ausbildung.

Diese Form des Empfehlungsmarketings funktioniert. Einfach mal ausprobieren. Natürlich sollte der Sport zu Ihrer Zielgruppe und Ihren Ausbildungsberufen passen. Der Verein für Kunstturnen wäre nicht meine erste Wahl, wenn ich Azubis für gewerblich-technische Berufe suche.



17. Fragen Sie bei Ihrer IHK nach Hilfestellungen

Ihre IHK bietet das **Job-Scout-Programm** an? Lassen Sie Ihre Azubis daran teilhaben. Ihre IHK bietet **Speeddating** an, machen Sie mit. Eine Anzeige in der **Jobbörse** der IHK ist kostenlos und daher sollten Sie sich dieses Angebot auf keinen Fall entgehen lassen.



18. Machen Sie mit PR auf sich aufmerksam

Ihre Azubis sind Energie-Scouts oder Sie haben ein anderes tolles Azubi-Projekt? Reden Sie drüber. Die meisten Tageszeitungen freuen sich über spannenden Inhalt zu diesem Thema. Gehen Sie einfach mal auf **Ihre örtliche Zeitung** zu.

19. Machen Sie es gemeinsam.

Wie wäre es zum Beispiel mit gemeinsamen Praktikumswochen. Baden-Württemberg macht vor, wie es gehen kann. In der „Praktikumswoche“ sind die Azubis 5 Tage lang in 5 Unternehmen und können somit viele verschiedene Berufe kennenlernen. Es liegt an Ihnen, sich dabei besonders attraktiv zu präsentieren, um Bewerberherzen zu gewinnen. Wie es geht? Hier gibt es ein spannendes Interview mit Malte Bürger zur Praktikumswoche.

testsysteme.de/stafftastic-praktikumswoche



20. Trauen Sie sich etwas

Mein Chef bei der deutschen Bank hat mal zu mir gesagt: „Frau Ullrich, wenn Sie in der Bank Karriere machen möchten, dann müssen Sie auffallen. Und manchmal ist negativ auffallen einfacher als positiv“. Ich wollte in der Bank keine Karriere machen, aber mit dem Spruch hatte er Recht. Wer immer mit dem Strom schwimmt und Angst hat, etwas falsch zu machen, der wird nicht erfolgreich werden.

Haben Sie den Mut, **etwas anders zu machen**. Und wenn es schief geht, sei es drum. Denken Sie an den Kommentar meines Chefs. Wenn alle über Sie reden, reden auch alle über Sie. Die Aufregung ist meist schnell vorbei, aber Sie haben es ins **Gedächtnis der anderen** geschafft. Natürlich sollten Sie dabei nicht die Grenzen des guten Geschmacks überschreiten oder peinlich sein.

Glauben Sie der **Frau im roten Kleid** – etwas bunt bleibt besser im Gedächtnis als das ewige Blau, Grau oder Schwarz.



felicia-ullrich.de





AZUBI-RECRUITING TRENDS 2023

Die größte doppelerspektivische Studie zum Thema Ausbildung!

Jetzt
kostenlos
Ergebnisse
sichern!

Andere haben Meinungen, wir haben Fakten!

Sie möchten wissen, was Ihre Zielgruppe wirklich denkt? Dann sichern Sie sich jetzt **kostenlos spannende und brandaktuelle Erkenntnisse** der aktuellen Studie Azubi-Recruiting Trends.

Erfahren Sie, worauf Ihre Bewerber*innen wirklich wert legen und welche Änderungen sie sich für die Zukunft wünschen. So können Sie Ihr **Ausbildungsmarketing und Azubi-Recruiting weiter verbessern.**



Ergebnisse
jetzt gratis sichern!

testsysteme.de/studie





für mehr Sichtbarkeit im Azubi-Recruiting

20 Tipps haben wir Ihnen mit auf den Weg gegeben. Einiges davon werden Sie wahrscheinlich schon heute umsetzen, andere Dinge nicht. Auch wenn TikTok und Social-Media als die Heilsbringer des Azubi-Marketings promotet werden – es gibt nicht den einen Kanal, um junge Menschen für Ausbildung zu begeistern. Es braucht einen ganzen Blumenstrauß an Maßnahmen, um möglichst viele Kontaktpunkte mit Ihnen als Unternehmen zu schaffen.

Denn mit jedem Kontaktpunkt – das wissen wir aus dem klassischen Performance Marketing – steigt die Chance, dass Sie Auf-

merksamkeit bei Ihrer Zielgruppe erzielen. Probieren Sie es aus. Berichten Sie gerne von Ihren Erfahrungen, damit wir gemeinsam besser werden. Auch wenn wir im Kampf um die besten Azubis manchmal im Wettbewerb gegeneinanderstehen, es ist in unser aller Interesse, dass Ausbildung mehr und mehr als spannende Alternative zum Studium wahrgenommen wird.

Viel Erfolg

Ihre
Felicia Ullrich

Sie haben noch Fragen?



Felicia Ullrich
Herausgeberin

Ihre Ansprechpartnerin für Workshops und Vorträge rund um die Themen des Azubi-Recruitings

☎ **0212 22207-27**
✉ fullrich@u-form.de

