

► HANDREICHUNG: MIT STELLEN- AUSSCHREIBUNGEN JUNGE MENSCHEN ANSPRECHEN UND BEGEISTERN

Im Rahmen des AusbilderInnen-Netzwerktreffens am 10. Juni 2021 – ein Angebot des JOBSTARTER plus-Projekts Azubi.Mento4.0 – ist eine Handreichung mit Checklisten für die Gestaltung von Stellenausschreibungen entstanden. Diese stellt eine Zusammenfassung von fachlichen Impulsen aus dem Ausbildungsmarketing und Erfahrungen aus der Ausbildungspraxis von kleinen und mittleren Betrieben aus der Region Schwaben dar.

Weitere Informationen zum JOBSTARTER plus-Projekt Azubi.Mento4.0 und den kostenfreien Weiterbildungs- sowie Netzwerkangeboten finden Sie auf der [Projektwebseite](#).

Die Wirkung von Fotos in Stellenausschreibungen

Die Generation Z holt sich heute viele Informationen aus digitalen Kanälen, die vor allem auf visuellen Eindrücken basieren. Wie können bei der Gestaltung von Stellenausschreibungen authentische Fotos dazu beitragen, InteressentInnen auf emotionaler Ebene zu erreichen und den Ausbildungsberuf nahbar und begreifbar darzustellen?

Beeinflusst durch Posts von Influencern sind die jungen BewerberInnen an eine hoch professionell gestaltete Bild-Welt gewöhnt. Dies erwarten sie auch von Ausbildungs- /Karriereseiten und Stellenausschreibungen, wenn es um die Wahl ihres zukünftigen Arbeitgebers geht. Im Umkehrschluss bedeutet dies aber nicht, dass Azubis nicht auch selbst in die Produktion von Fotos eingebunden werden können. Viele junge Menschen beschäftigen sich intensiv mit kreativen Techniken in ihrer Freizeit. Fragen Sie in den Reihen Ihrer eigenen Azubis nach – vielleicht versteckt sich hier ein talentierter Hobby-Fotograf, der sich gerne bei der Gestaltung von Fotos einbringt?

Checkliste:

- ✓ Nutzung authentischer Fotos, die echte junge Menschen aus dem Betrieb zeigen
- ✓ „Azubis in Aktion“ in ihrem Arbeitsumfeld, in ihrer Arbeitskleidung ablichten etc. und so spannende Einblicke gewähren
- ✓ Verzicht auf gekaufte Fotos

Projektpartner



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



Konkret & verständlich: Informationen in Stellenausschreibungen

Umfragen haben ergeben, dass die Mehrheit der jungen InteressentInnen für einen Ausbildungsplatz sich nicht ausreichend von Unternehmen informiert fühlt. Welche Informationen gehören also in eine Stellenausschreibung, damit diese eine Bewerbung aktiv unterstützen?

Informationen in Textform geben die Möglichkeit, die Stärken des Betriebs herauszustellen und das, was den Ausbildungsberuf für die junge Zielgruppe spannend macht. Es bietet sich an, auf Floskeln, Werbetexte oder Unternehmensdarstellungen, wie sie für Kunden oder Lieferanten genutzt werden, zu verzichten.

Holen Sie Ihre eigenen Azubis ins Boot und lassen sie diese ihren Ausbildungsberuf und ihre Tätigkeiten mit eigenen Worten formulieren. So gelingt Ihnen ein authentisches und verständliches Wording und eine Verbindung zur Lebensrealität der jungen InteressentInnen.

Checkliste:

- ✓ Die Stellenausschreibung ist gut strukturiert in Fließtext und Aufzählungspunkte und umfasst max. 1300 Zeichen
- ✓ Im ersten Drittel werden die relevantesten Informationen kommuniziert, die klar und verständlich formuliert sind
- ✓ Nennung und evtl. Umschreibung des Ausbildungsberufs, da Berufsbezeichnungen oft abstrakt sind
- ✓ Benennung konkreter Tätigkeiten und Aufgaben aus dem Ausbildungsalltag und was ihn spannend macht
- ✓ Mindestanforderungen („Wunschliste“), die BewerberInnen für ganz speziell DIESEN Ausbildungsberuf mitbringen sollten
- ✓ Gehalt, mögliche Benefits und Weiterbildungsmöglichkeiten sowie Übernahmekancen
- ✓ AnsprechpartnerIn, Bewerbungsfrist und Information zum Bewerbungsprozess (z.B. Rückmeldedauer)
- ✓ Verzicht auf Links, die von der Stellenbeschreibung weg führen
- ✓ Konkreter Aufruf zur Bewerbung (evtl. Bewerber-Button o.ä.)
- ✓ Ansprache „Du“ oder „Sie“ (wie es im Betrieb gehandhabt wird) und Beibehaltung dieser über den gesamten Bewerbungsprozess

Projektpartner



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



**Zusammen.
Zukunft.
Gestalten.**



Die Zielgruppe Generation Z erreichen

Ausbildungsmarketing ist nicht zuletzt durch die notwendige Sichtbarkeit im virtuellen Raum ein sehr umfangreiches Thema geworden. So arbeiten in den Unternehmen Personal- und Marketingabteilungen vermehrt eng zusammen, wenn es um die Ansprache und Erreichung des jungen Nachwuchses geht. Bei der Bewerbung von Ausbildungsplätzen gilt es aber nicht nur die junge Generation im Auge zu haben. Deren familiäres Umfeld und Eltern sind der wichtigste Sparringspartner der Generation Z, wenn es um Berufseinstieg und den Bewerbungsprozess geht.

Die potenziellen Azubis googeln heute den ins Auge gefassten Ausbildungsberuf und Ort, an dem sie ihre Ausbildung absolvieren möchten. Sie gelangen also nicht zwingend über die Karriere- oder Ausbildungswebseite auf Stellenausschreibungen. Hier zählt deshalb die Sichtbarkeit im Netz.

Azubis kennen sich aus, wenn es um Social-Media geht: sie sind mit der digitalen Welt vertraut und wissen, welche Plattformen und Kanäle für ihre Zielgruppe relevant und „angesagt“ sind. Binden Sie Ihre Azubis beim Thema Social-Media-Auftritt aktiv in die Gestaltung und Erstellung von Content ein. Sie können Gleichaltrigen ihren Ausbildungsberuf sehr authentisch und nahbar präsentieren.

Checkliste:

- ✓ Eintragung des Betriebs bei „Google My Business“
- ✓ Optimierte Karriereseite für „Google for Jobs“ (Stellenanzeigen in PDF oder Grafik-Formaten können nicht ausgelesen werden)
- ✓ Suchmaschinenoptimierte Ausbildungs- und Karrierewebsite (SEO)
- ✓ Sichtbarkeit durch Wahl verschiedener On- und Offline-Kanäle und Nutzung von Social-Media-Plattformen wie z.B. Instagram um Einblicke in den Berufsalltag zu geben
- ✓ Mobilfähige Webseite (Jugendliche nutzen vor allem ihr Handy)
- ✓ Gepflegte Employer Branding-Seiten (z.B. kununu, Indeed etc.)

Projektpartner



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

