A decorative graphic on the left side of the slide consisting of several overlapping white triangles of various sizes and orientations, creating a dynamic, abstract pattern.

# **Ergebnisse der telefonischen Tiefeninterviews Azubi.Mento4.0: Ausbildungsmarketing und Digitalisierung in der Ausbildung – und neue Herausforderungen im Kontext der Corona-Pandemie**

## Das JOBSTARTER plus-Projekt Azubi.Mento4.0

- ▶ wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BmBF) und vom Europäischen Sozialfond (ESF) gefördert.
- ▶ Projektlaufzeit 01.07.2020 bis 31.12.2022.
- ▶ wird von den Projektpartnern Eckert Schulen Augsburg und Regio Augsburg Wirtschaft GmbH durchgeführt.
- ▶ unterstützt kleine und mittlere Unternehmen (KMU) in Bayerisch-Schwaben dabei, ihre Ausbildungsaktivitäten vor dem Hintergrund des digitalen Wandels zu erhalten und weiter auszubauen.



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

## Thematischer Fokus der Tiefeninterviews: Ausbildungsmarketing und Digitalisierung in der Ausbildung – und neue Herausforderungen im Kontext der Corona-Pandemie

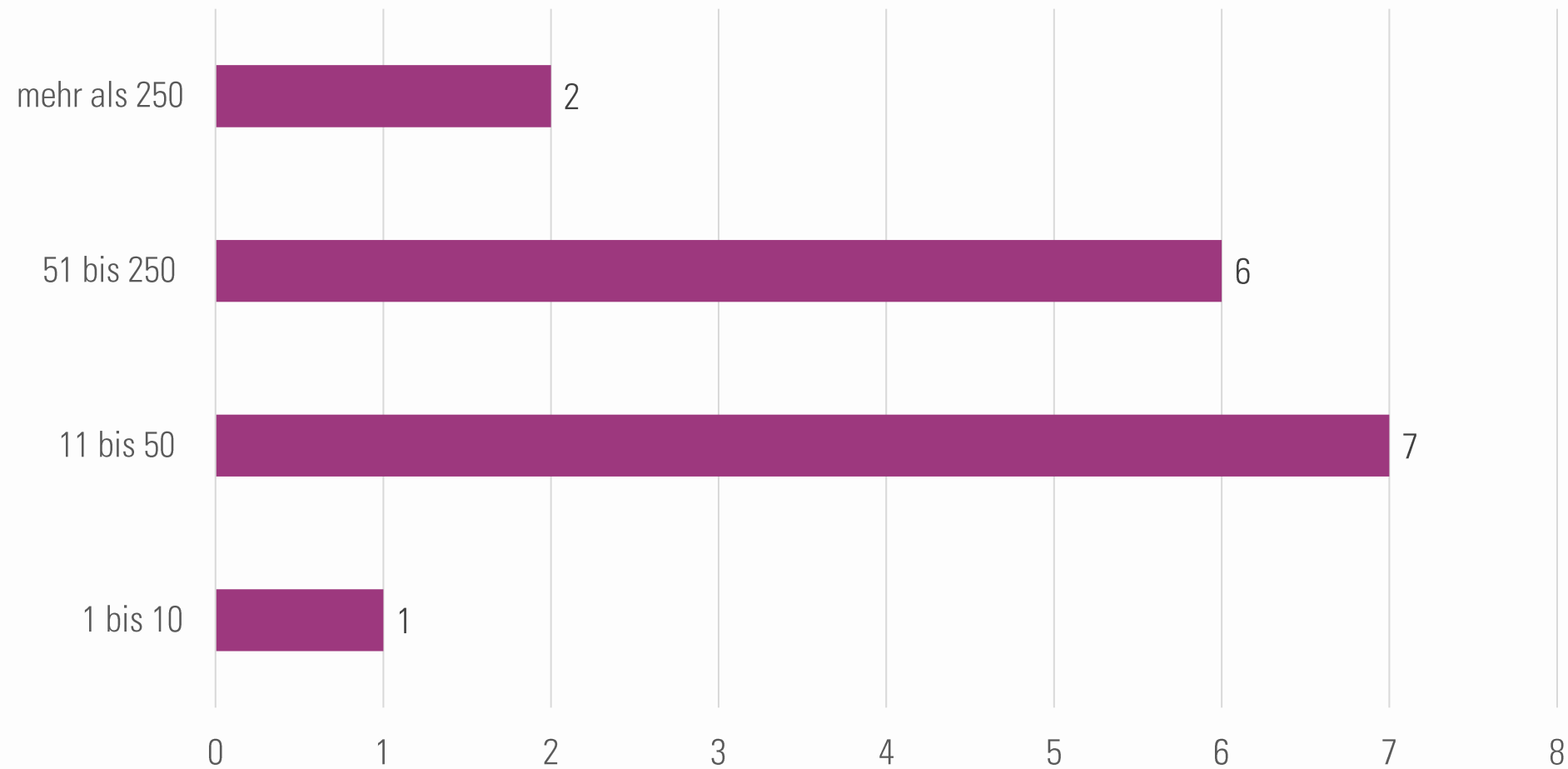
- ▶ Wie geht es Ausbildungsbetrieben bei der Gewinnung von Azubis – auch und vor allem im Kontext der Corona-Pandemie?
- ▶ Welche pandemiebedingten Herausforderungen stellen sich den Betrieben im Ausbildungsalltag?
- ▶ Haben sich die Kommunikations-Kanäle bei der Suche nach Azubis durch die Pandemie verändert?
- ▶ Welche Herausforderungen gibt es bei der Digitalisierung der Ausbildung?

**Im Folgenden finden Sie die Ergebnisse der 18 durchgeführten Tiefeninterviews**

A decorative graphic on the left side of the slide consisting of several overlapping white triangles of various sizes and orientations, creating a dynamic, abstract shape.

# 1. Allgemeine Fragen zum Unternehmen

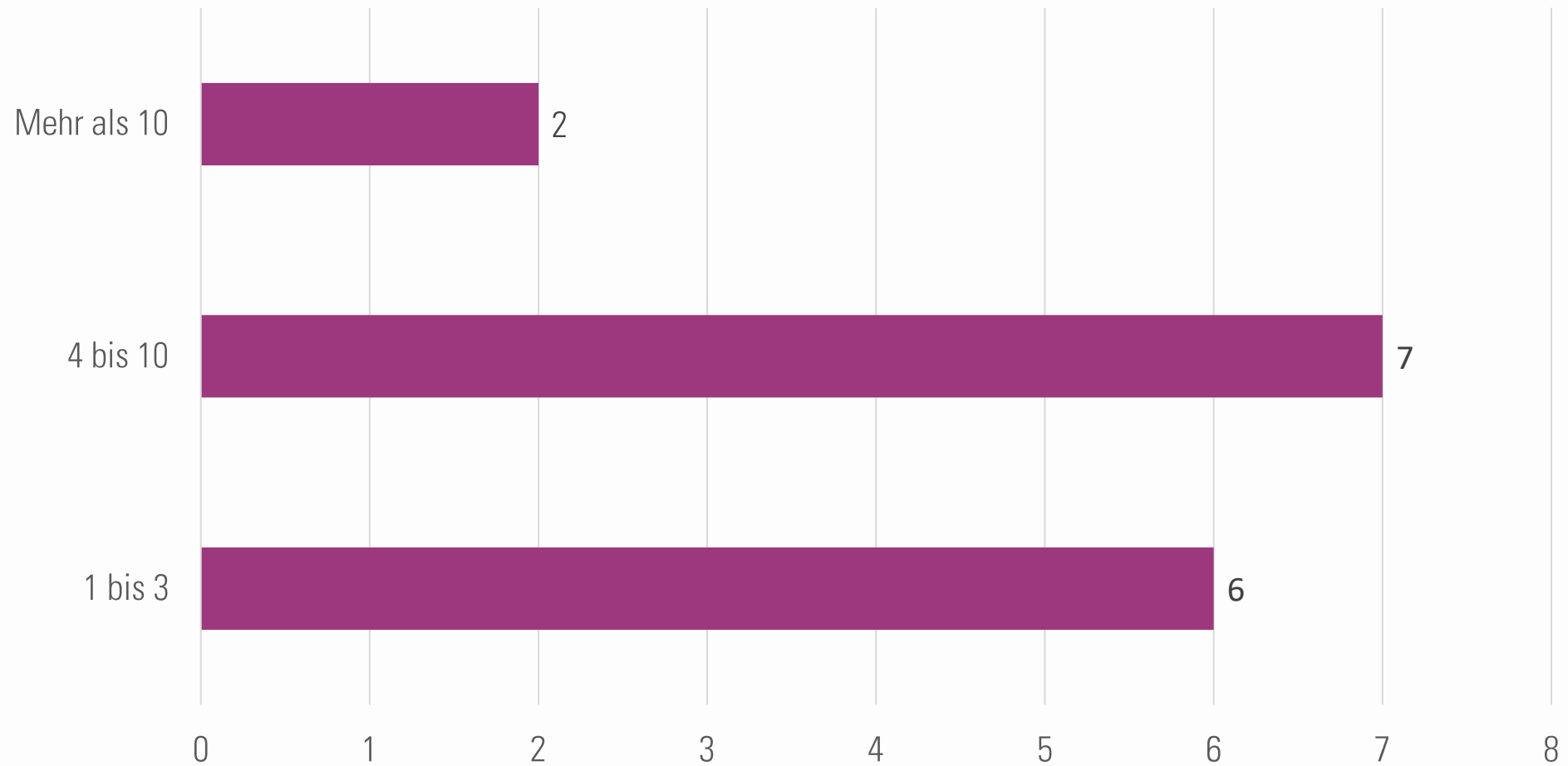
## Wie viele MitarbeiterInnen beschäftigt Ihr Unternehmen aktuell? (n=16)



## Wie viele MitarbeiterInnen beschäftigt Ihr Unternehmen aktuell?

- ▶ Unternehmen jeglicher Größe wurden befragt.
- ▶ Bei der Mehrheit handelte es sich um kleine und mittlere Unternehmen.
- ▶ 1x 1-10 MitarbeiterInnen
- ▶ 7x 11-50 MitarbeiterInnen
- ▶ 6x 51-250 MitarbeiterInnen
- ▶ 2x mehr als 250 MitarbeiterInnen

## Wie viele Auszubildende sind aktuell in Ihrem Betrieb beschäftigt? (n=15)



## Wie viele Auszubildende sind aktuell in Ihrem Betrieb beschäftigt?

- ▶ Zum Zeitpunkt der Befragung waren folgende Anzahl an Azubis in den Betrieben beschäftigt:
- ▶ 4-10 Auszubildende (7x)
- ▶ 1-3 Auszubildenden (6x)



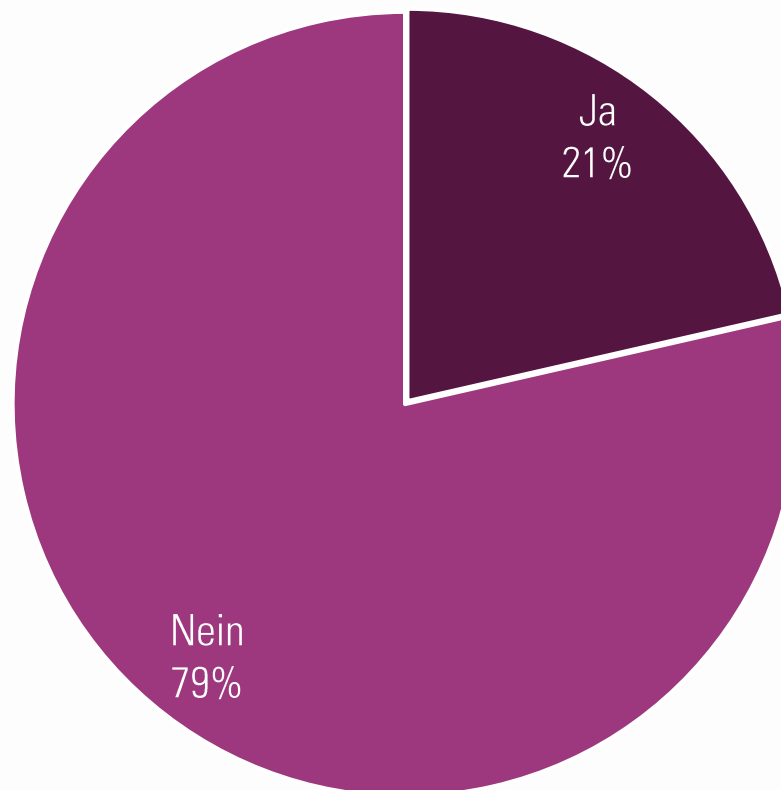
## Wie ist Ihr Ausbildungsstand am hiesigen Standort?

- ▶ Wir bilden im laufenden Jahr 2021/2022 aus: 10
- ▶ Wir bilden im laufenden Jahr 2021/2022 auf Grund der Corona-Krise nicht aus: 3
- ▶ Wir konnten im laufenden Jahr 2021/2022 alle gewünschten Ausbildungsplätze besetzen: 5
- ▶ Wir konnten im laufenden Jahr 2021/2022 nicht alle Ausbildungsplätze besetzen: 4

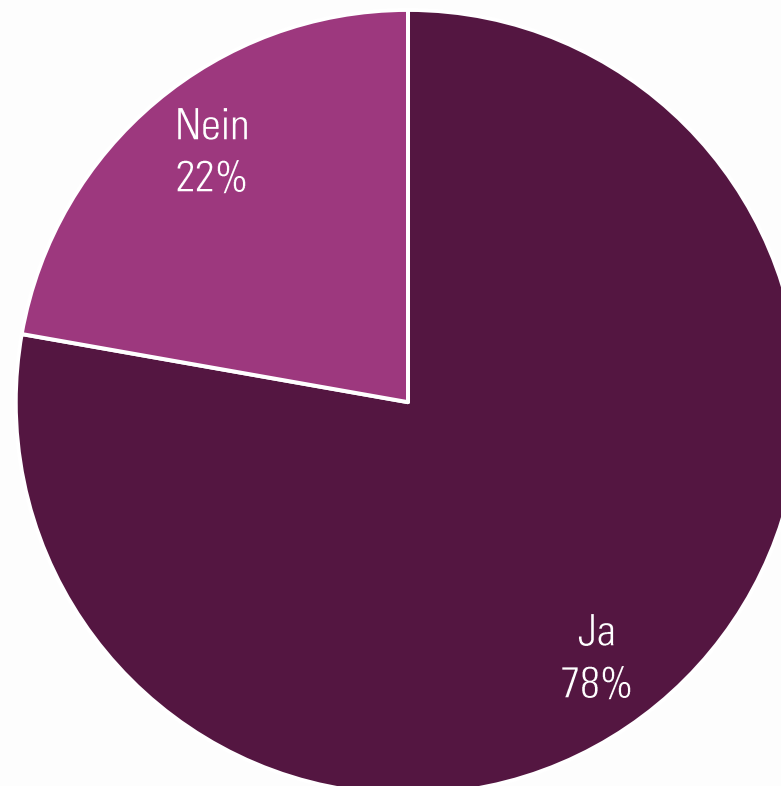
## Wie ist Ihr Ausbildungsstand am hiesigen Standort?

- ▶ 3 Unternehmen gaben an im laufenden Jahr 2021/22 aufgrund der Corona Krise nicht auszubilden.
- ▶ In einigen Unternehmen konnten nicht alle Ausbildungsplätze besetzt werden. Hier wurde ein geringes Qualifikations-Niveau der Bewerbenden genannt. Generell wurde ein Rückgang an Bewerbungen verzeichnet.
- ▶ Positive als auch negative Erfahrungen aus dem BewerberInnen-Management betonen die Wichtigkeit einer zügigen Rückmelde-Kultur. Mitglieder der Generation Z erwarten schnelles Feedback wenn es um Ihre Bewerbung um einen Ausbildungsplatz geht. Hier punkten Betriebe positiv durch zeitnahe Rückmeldungen. Dies betrifft alle Stadien des Bewerbungsprozesses.

Suchen Sie aktuell noch Auszubildende für das Jahr 2021/2022? (n=14)



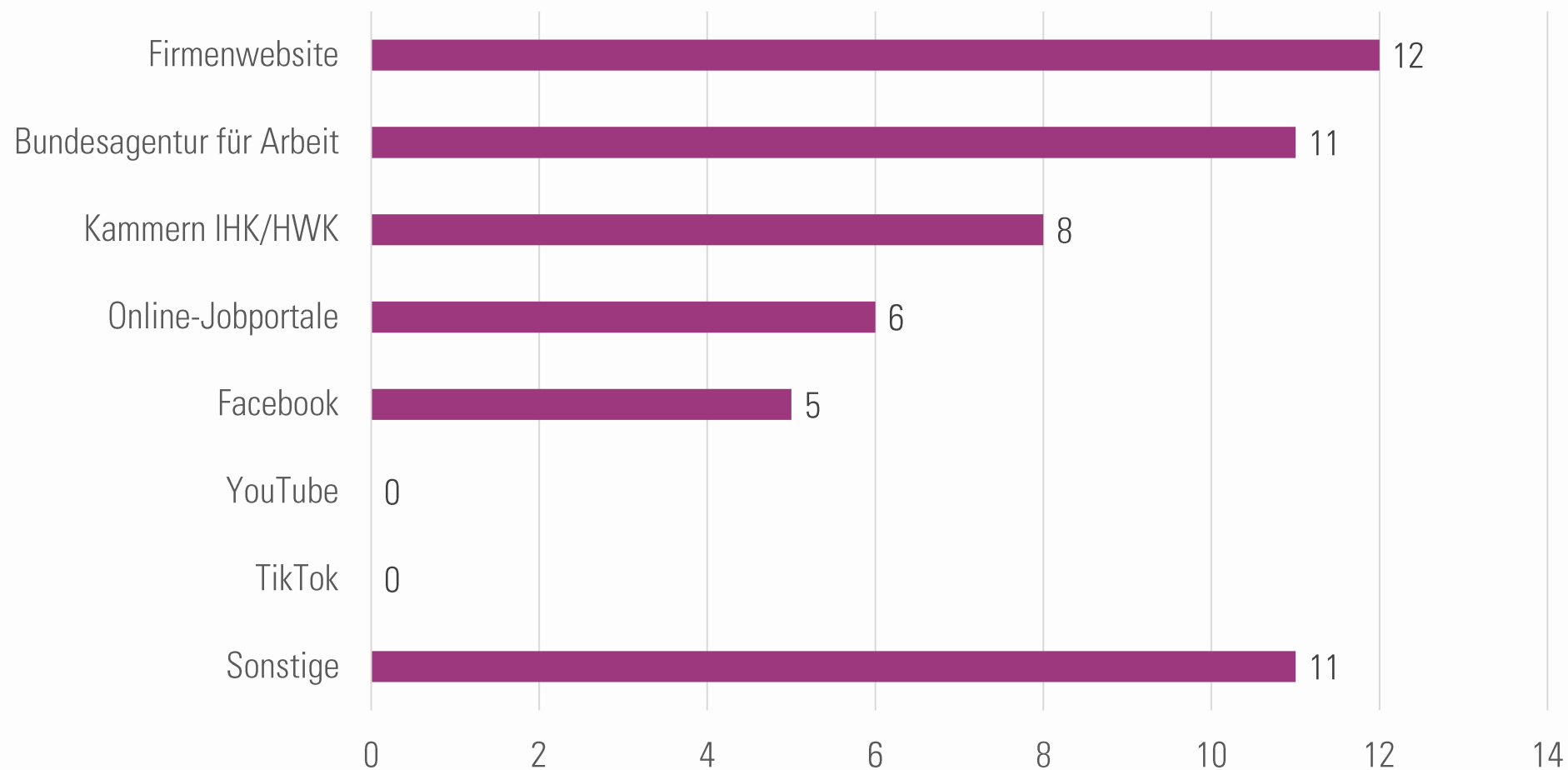
## Suchen Sie bereits für das Ausbildungsjahr 2022/2023 Azubis? (n=9)



A decorative graphic on the left side of the slide consisting of several overlapping white triangles of various sizes, some pointing right and some pointing left, creating a dynamic, abstract pattern.

## **2. Azubi-Marketing im (digitalen) Wandel**

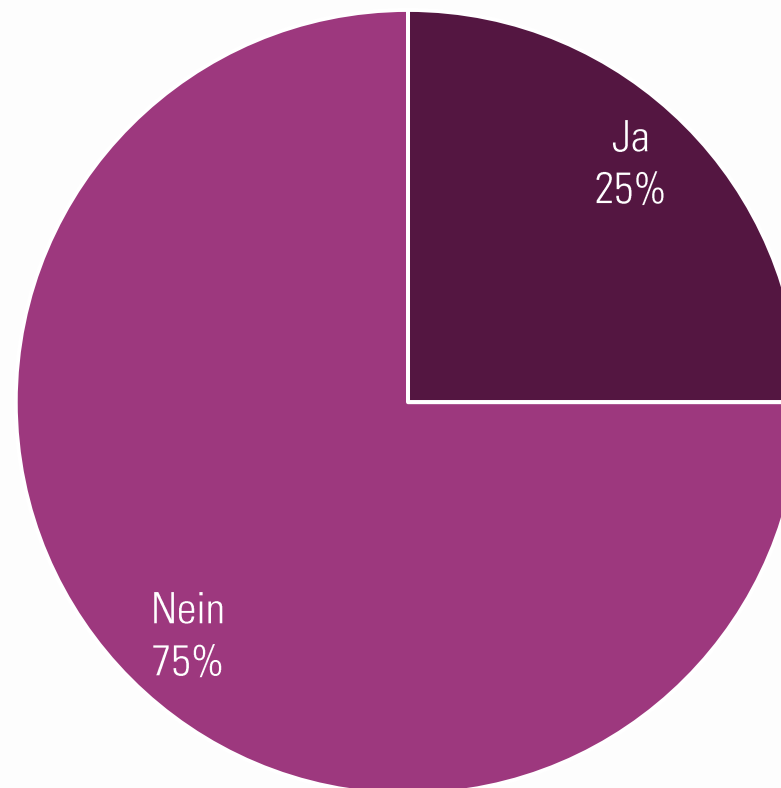
## Auf welchen Plattformen sprechen Sie potenzielle Auszubildende online an? (n=17)



## Sonstige Antworten:

- ▶ Instagram (3x)
- ▶ AzubiMovie
- ▶ XING (2x)
- ▶ LinkedIn
- ▶ Augsburg-Jobs
- ▶ [www.ausbildungsoffensive-bayern.de](http://www.ausbildungsoffensive-bayern.de)
- ▶ [www.ausbildung-me.de](http://www.ausbildung-me.de)
- ▶ Azubio
- ▶ Zusammenarbeit mit Berufsschulen
- ▶ Zeitung (online)

## Haben Sie eine eigene Ausbildungs-/Azubi-Website? (n=16)

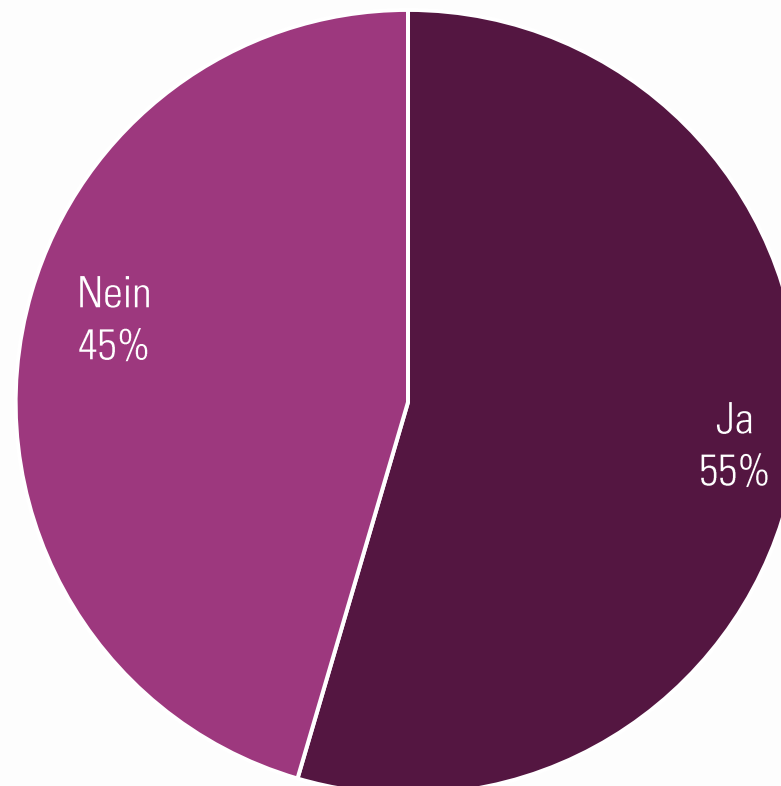




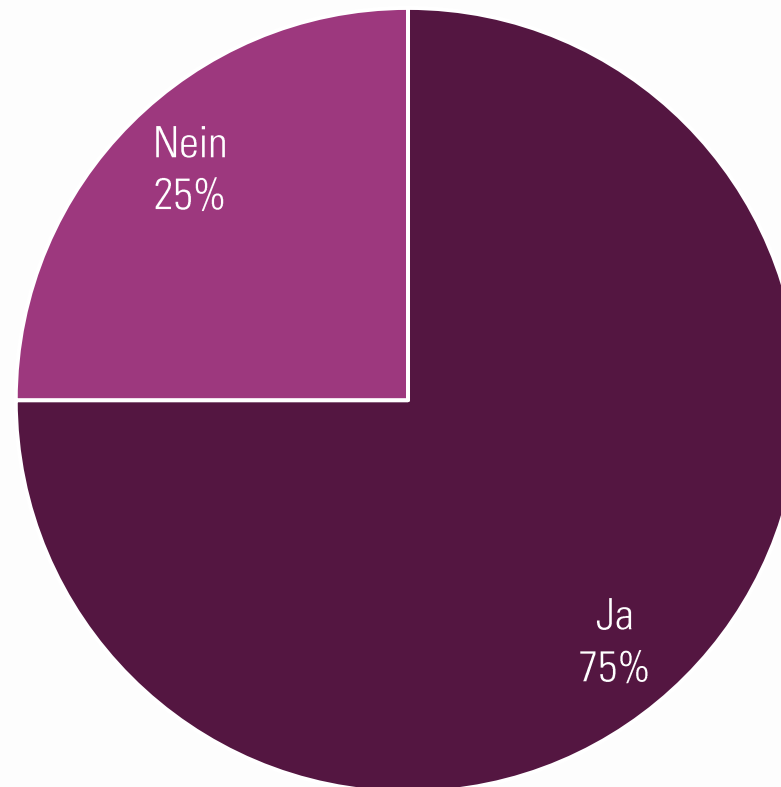
## Haben Sie eine eigene Ausbildungs-/Azubi-Webseite?:

- ▶ Die Ansprache von Azubis erfolgt bei der Mehrheit der befragten Betriebe über die eigene Firmen-Webseite. Informationen zu Ausbildung und Bewerbungsprozess werden über die allgemeine Karriere-Seite kommuniziert.
- ▶ Ein bislang kleiner Anteil der Betriebe spricht potentielle BewerberInnen bereits über eigene speziell auf die junge Zielgruppe ausgerichtete Ausbildungsseiten an.
- ▶ Bei Job- und Karriere Plattformen ist die "Jobbörse" der Agentur für Arbeit bei den Betrieben am beliebtesten. Dicht gefolgt von der "Lehrstellenbörse" der IHK und der "Ausbildungsbörse" der HWK.

## Ist Ihr Betrieb mit einem Profil auf Instagram vertreten? (n=11)



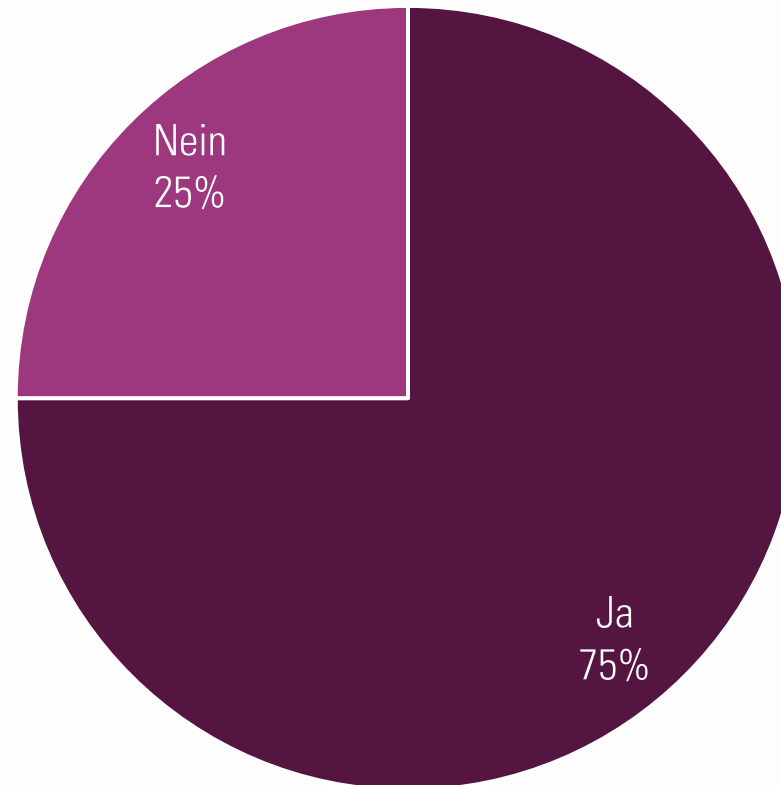
**Beziehen Sie ihre aktuellen Azubis in die Content-Erstellung aktiv mit ein?**  
(n=8)



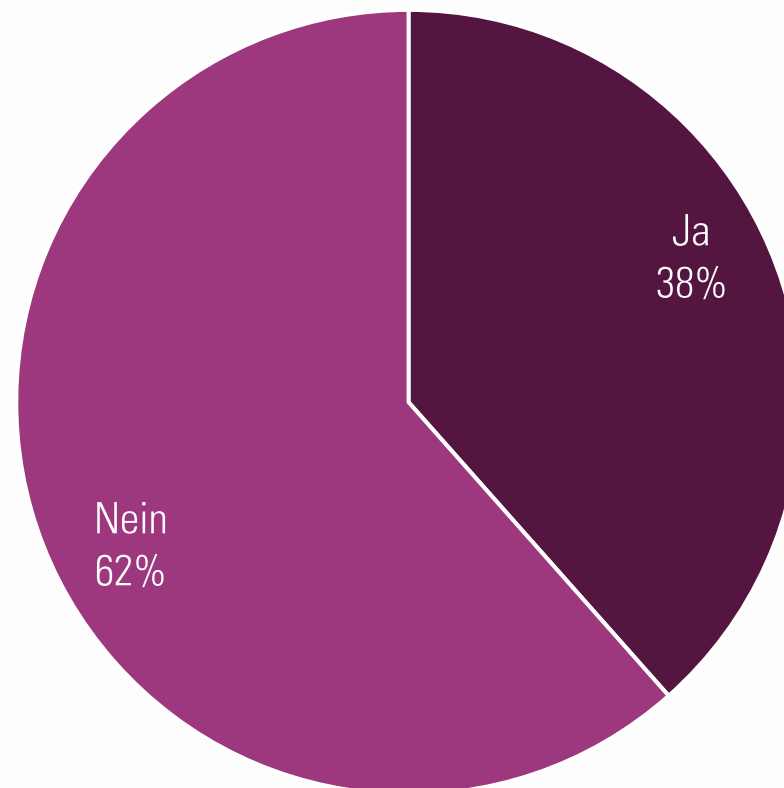
## Beziehen Sie ihre aktuellen Azubis in die Content-Erstellung aktiv mit ein?

- ▶ Teilweise geplant und von Azubis gewünscht
- ▶ Bei der Erstellung von Content in Form von Textbeiträgen und fotografischen Eindrücken aus dem Ausbildungsalltag werden Azubis aktiv eingebunden.
- ▶ Einzelne Betriebe berichten von Projekten, bei denen Azubi-Teams eigenverantwortlich bei der (Mit-)Gestaltung des Instagram-Profiles wirken. Freigabe-Regeln und klar definierte Verantwortlichkeiten werden als wichtige Erfolgsfaktoren bei der Einbindung von Azubis genannt.
- ▶ Marketing-Aktivitäten zur Gewinnung von Azubis werden teilweise durch die Unternehmenszentrale gesteuert. Eine mögliche Einbindung von Auszubildenden in die Gestaltung ist dadurch erschwert.

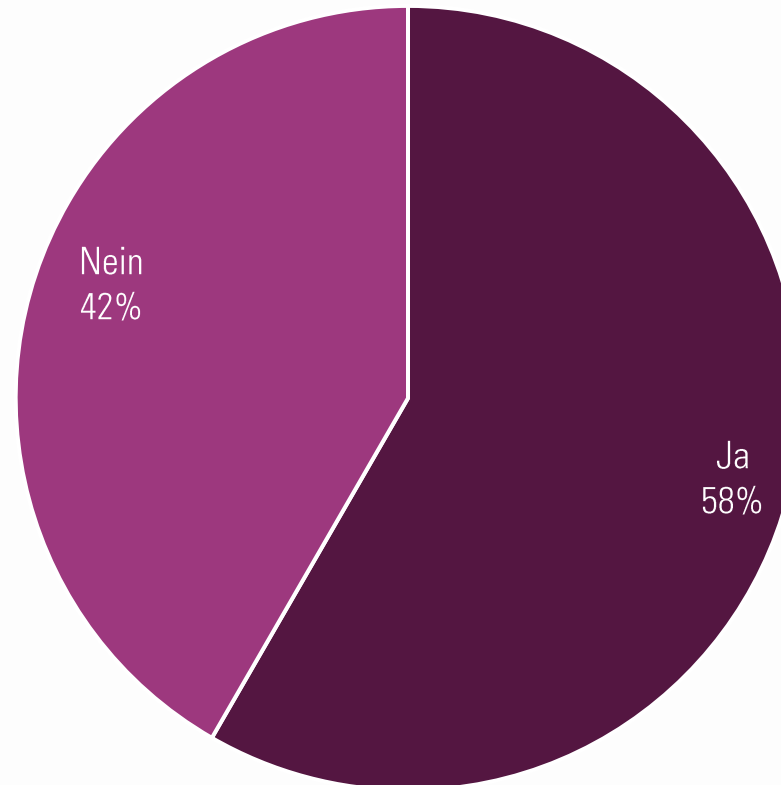
## Besteht Interesse an einem Austausch mit anderen Unternehmen/ AusbilderInnen zum Thema Azubigewinnung via Instagram? (n=12)



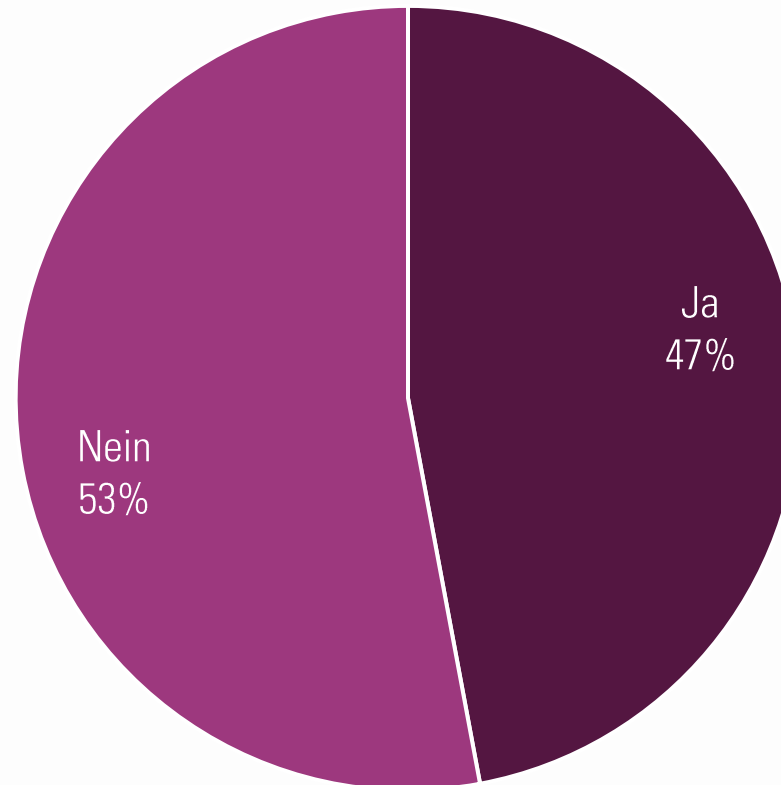
## Ergreifen Sie spezielle SEO-Maßnahmen, um in Suchmaschinen/auf Jobportalen prominenter zu erscheinen? (n=13)



## Besteht Interesse an der Handreichung „Mit Stellenausschreibungen junge Menschen ansprechen und begeistern“? (n=12)

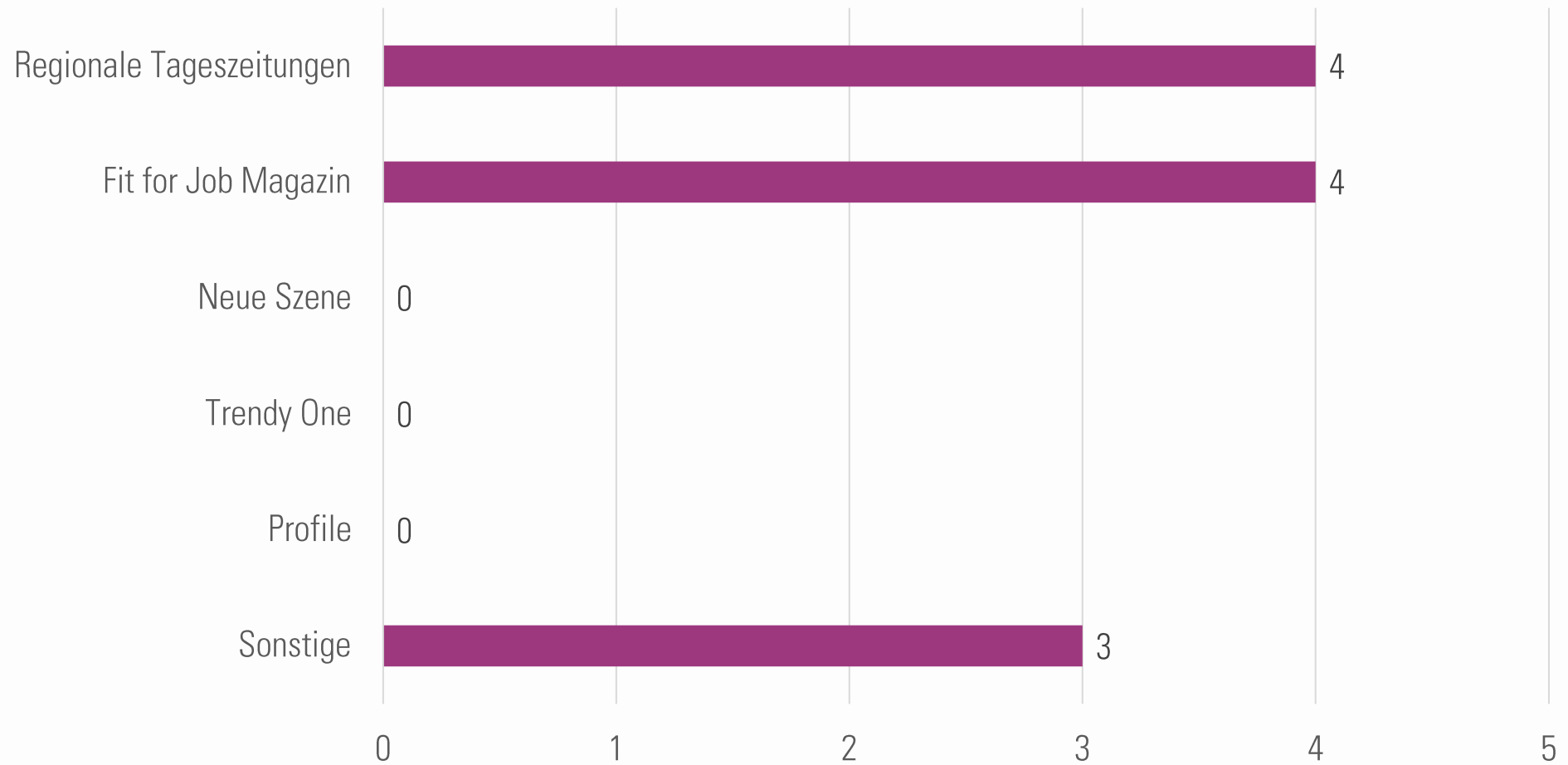


## Schalten Sie Anzeigen in Print-Medien? (n=17)





## Wenn ja, in welchen Print-Medien? (n=8)



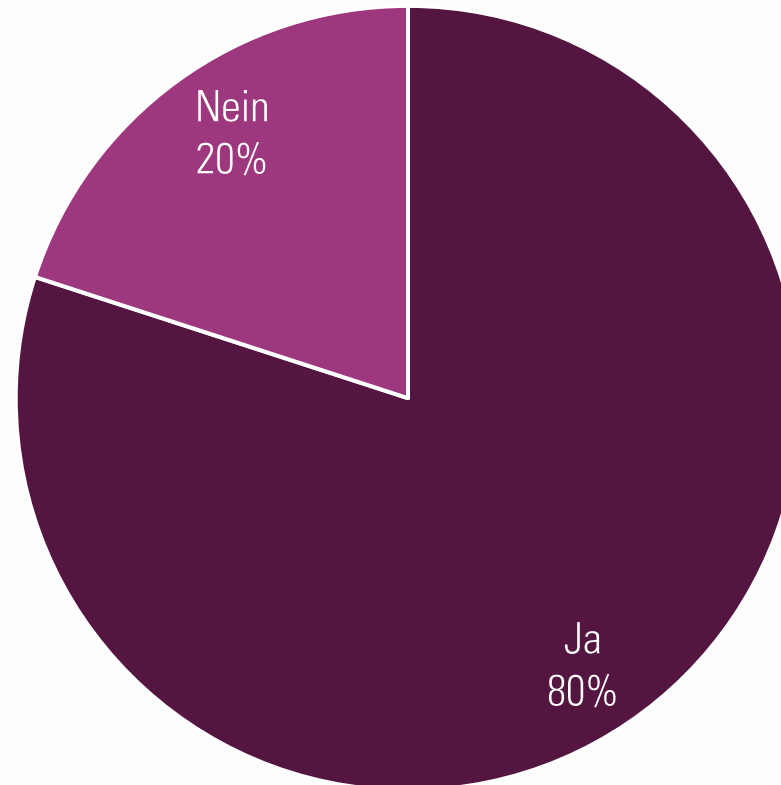
## Schaltung von Anzeigen in Print-Medien

- ▶ Die befragten Unternehmen geben an, dass die Schaltung von Anzeigen meist in den regionalen Tageszeitungen oder im „Fit for Job Magazin“ erfolgt.
- ▶ Die Anzeigenschaltung in Printmedien hat für einen Großteil der Betriebe inzwischen keinen relevanten Stellenwert im Rahmen des Ausbildungsmarketings mehr. An diese Stelle sind (kostenfreie) Online-Jobbörsen und Plattformen gerückt.

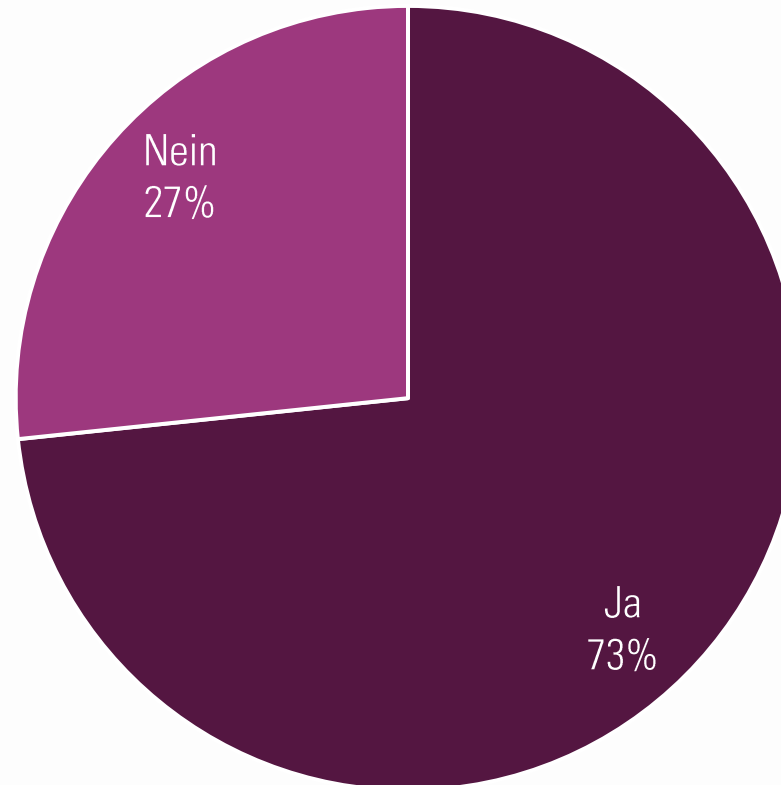
A decorative graphic on the left side of the slide, consisting of a cluster of overlapping triangles in white and light blue, creating a sense of depth and movement.

# 3. Fragen: Nachhaltigkeit

## Spielt das Thema Nachhaltigkeit (im Sinne von Energie- und sonstigem Ressourcenverbrauch) in der Ausbildung eine Rolle? (n=15)



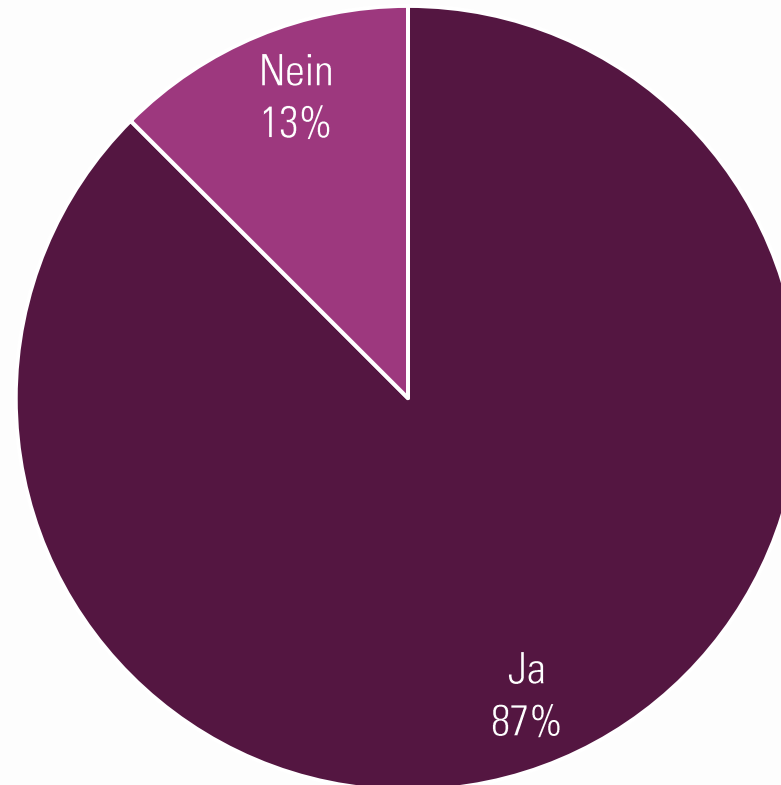
## Möchten Sie das Thema Nachhaltigkeit gerne in Ihren Ausbildungsprozess (stärker) integrieren? (n=15)



## Möchten Sie das Thema Nachhaltigkeit gerne in Ihren Ausbildungsprozess (stärker) integrieren?

- ▶ Für alle befragten Ausbildungsbetriebe ist die Förderung eines bewussten Umgangs mit Ressourcen ein wichtiger Baustein im Ausbildungskontext. Interessant ist, dass die wenigsten Betriebe ihren nachhaltigen Umgang mit Energie- und Ressourcen bei der Suche nach jungen Fachkräften bewusst kommunizieren. Dafür spricht, dass "grüne Themen" einen hohen Stellenwert bei der Generation Z und jüngeren Generationen hat und ein Bewusstsein in Punkto Nachhaltigkeit auch vom zukünftigen Arbeitgeber erwartet wird.
- ▶ 73% der Befragten möchte das Thema Nachhaltigkeit gerne (stärker) in ihren Ausbildungsprozess integrieren.

## Sind Sie an einem Austausch mit anderen Unternehmen zum Thema Nachhaltigkeit in der Ausbildung interessiert? (n=16)

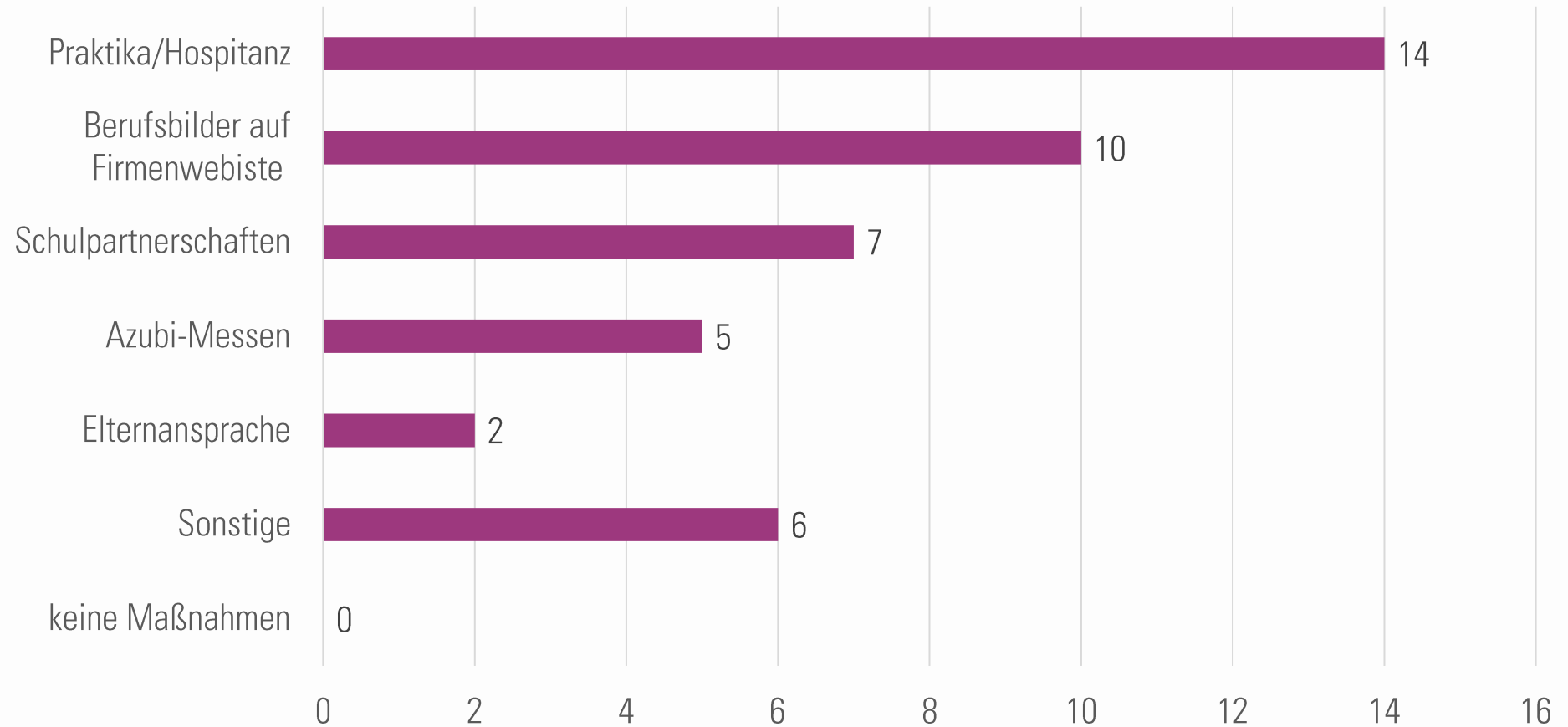


A decorative graphic on the left side of the slide consisting of several overlapping triangles in white and light blue, creating a dynamic, abstract shape.

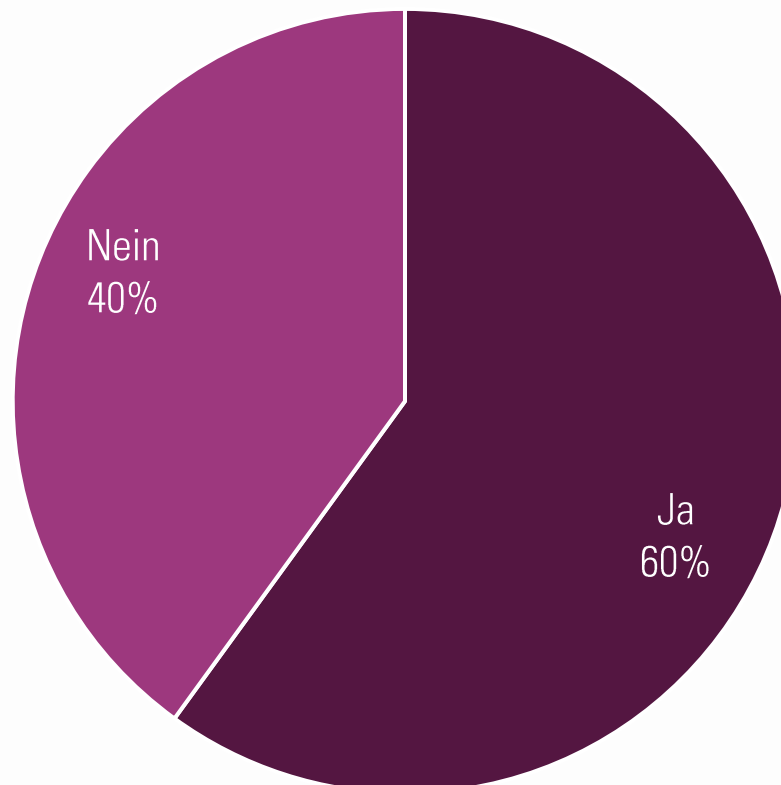
# 4. Fragen: Azubigewinnung



## Welche Maßnahmen ergreifen Sie, um Azubis zu gewinnen? (n=17)



## Haben sich die Maßnahmen zur Gewinnung von Azubis durch die Pandemie verändert? (n=15)



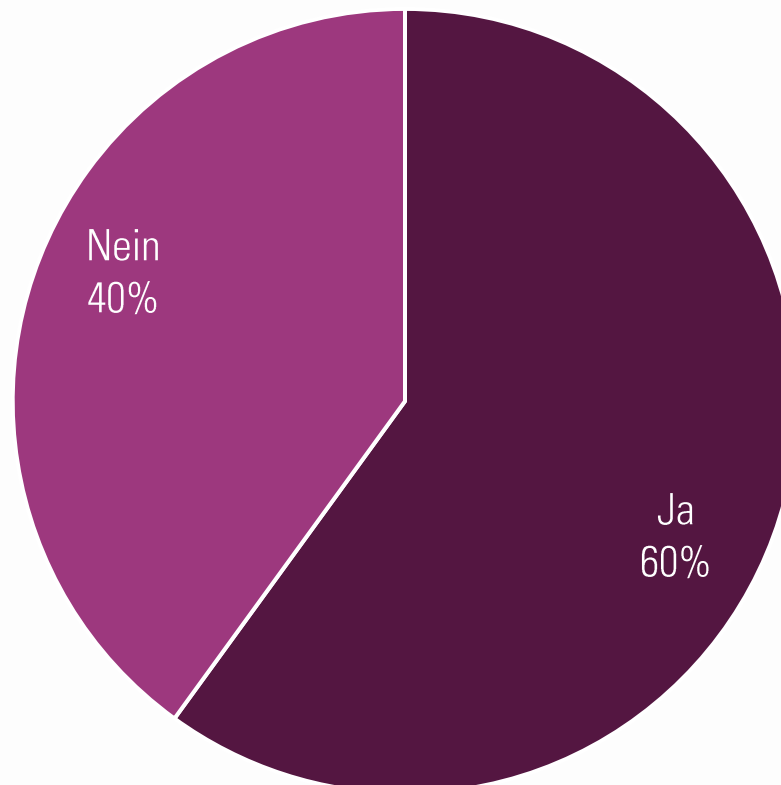
## Haben sich die Maßnahmen zur Gewinnung von Azubis durch die Pandemie verändert?

- ▶ 60% der Befragten geben an, dass sich die Maßnahmen zur Azubigewinnung in den letzten Jahren durch die Pandemie verändert haben: Präsenztermine beispielsweise an Schulen oder Infotage fallen weg.
- ▶ Es werden weniger Anzeigen in Print-Medien gedruckt und deutlich weniger Praktika absolviert.
- ▶ Neue Maßnahmen, wie virtuelle Messen oder Vorstellungsgespräche wurden dafür ergriffen (ausprobiert).

## Wie kommen Sie seit Beginn der Pandemie in Kontakt mit potenziellen Auszubildenden? (z.B. Digitale Ausbildungsmesse, Social-Media, Empfehlungs-Marketing, etc.)

- ▶ Während der Pandemie kommen die Unternehmen über Mund-zu-Mund-Propaganda, ihre Website, Stellenausschreibungen (v.a. bei der Agentur der Arbeit und den Kammern) und soziale Medien zu ihren Auszubildenden.
- ▶ Beim virtuellen „Open-Doors-Day“, werden nicht nur potenzielle Azubis angesprochen, sondern explizit auch deren Eltern
- ▶ Erste Kennenlern-Gespräche erfolgen z.T. über digitale Videotelefonie, ein persönliches Kennenlernen erfolgt dann im zweiten Durchgang

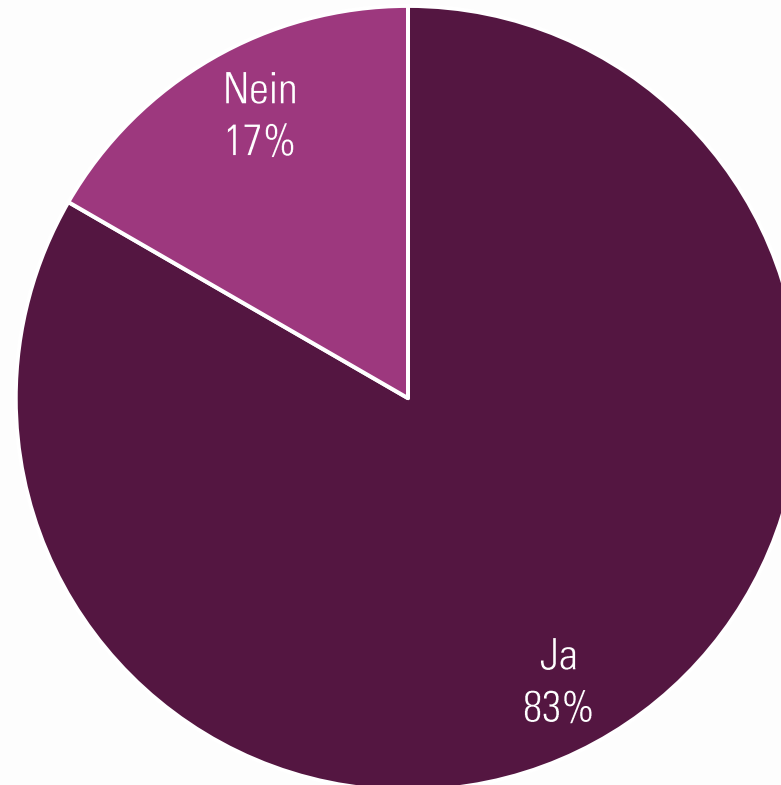
## Ist bei den potenziellen Auszubildenden seit Pandemiebeginn ein verändertes Bewerbungsverhalten erkennbar? (n=15)



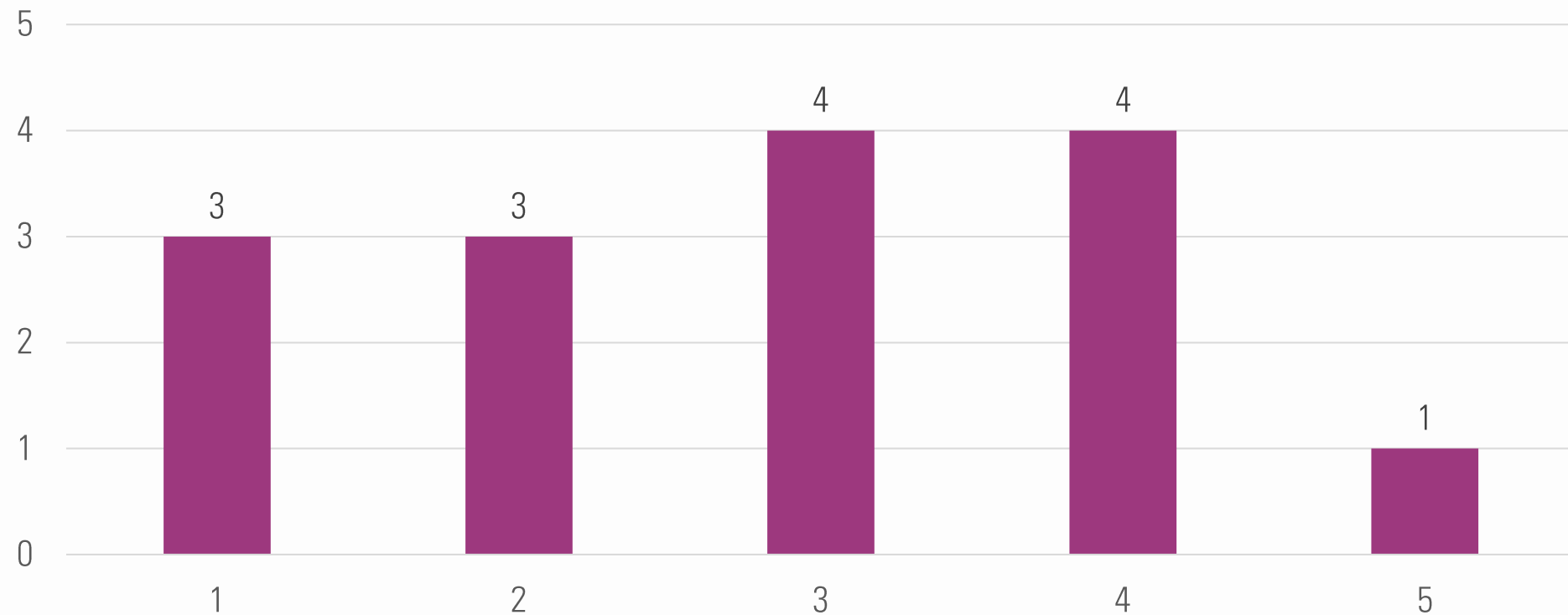
## Ist bei den potenziellen Auszubildenden seit Pandemiebeginn ein verändertes Bewerbungsverhalten erkennbar?

- ▶ Die Ausbilder konnten beobachten, dass sowohl die Zahl als auch die Qualität der Bewerbungen abnahmen.
- ▶ Die Anzahl der Azubis die den Betrieb wechseln möchten, steigt.
- ▶ Es sind vermehrt Studienabbrecher zu verzeichnen.

**Haben Sie Interesse an einem Unterstützungsangebot zur Besetzung offener Ausbildungsstellen (digitales Azubi-Speed-Dating / Azubi-Matching)? (n=12)**



## Sehen Sie in Ihrem Betrieb einen Bedarf für Beratung und Unterstützung beim Azubi-Marketing? (n=15)



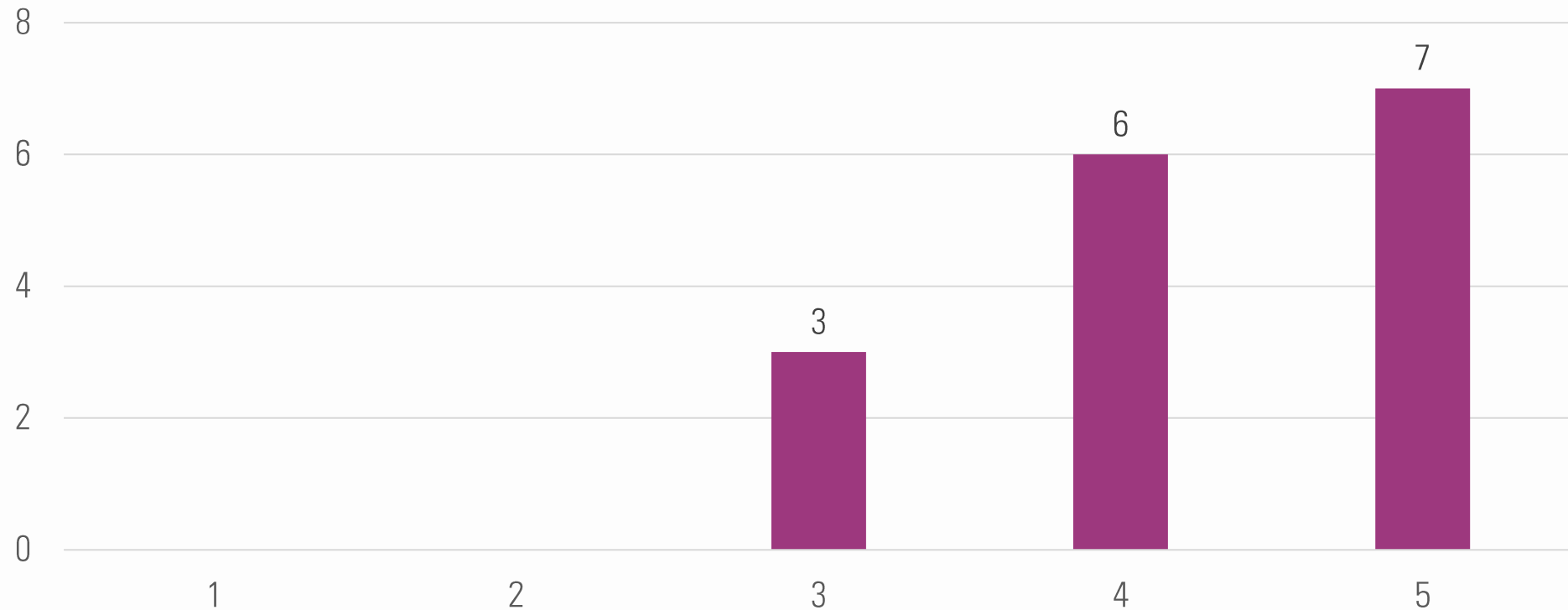
Auf einer Skala von 1 – 5:  
1 = kein Bedarf  
5 = sehr großer Bedarf



A decorative graphic on the left side of the slide consisting of several overlapping triangles in white and light blue, creating a dynamic, abstract shape.

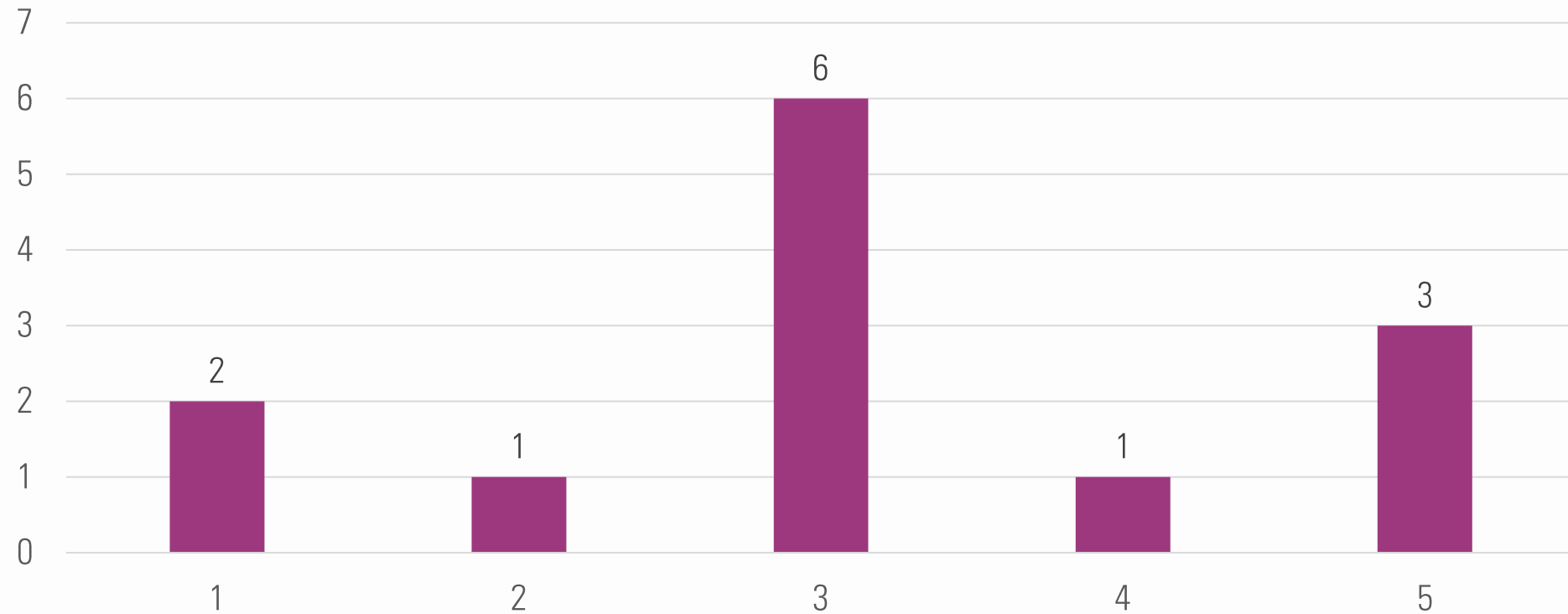
# 5. Fragen: Digitalisierung

## Welche Relevanz hat das Thema Digitalisierung in Ihrem Betrieb? (n=12)



Auf einer Skala von 1 – 5:  
1 = keine Relevanz  
5 = hohe Relevanz

## Gab es seit dem Beginn der Pandemie in Ihrem Betrieb eine Veränderung in der Ausbildung hin zu mehr Digitalisierung? (n=13)

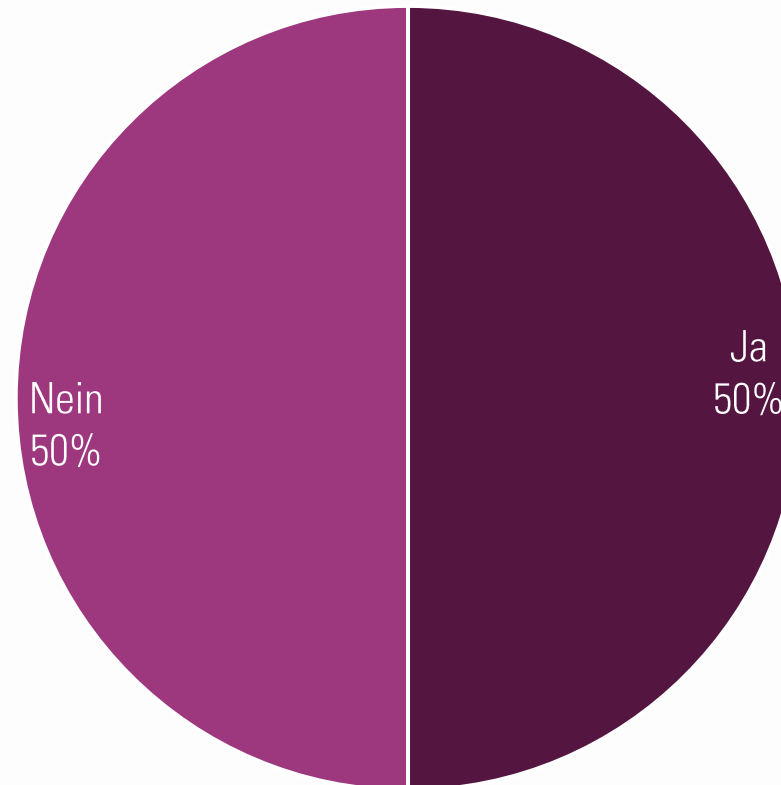


Auf einer Skala von 1 – 5:  
1 = keine Veränderung  
5 = sehr große Veränderung

## Wo sehen Sie in Ihrem Betrieb Möglichkeiten für mehr Digitalisierung in der Ausbildung?

- ▶ Digitales Berichtsheft (8x)
- ▶ Digitale Kommunikation innerhalb des Betriebes ausbauen (7x)
- ▶ Angebote an digitalen Zusatzqualifikationen/Weiterbildungen nutzen (7x)
- ▶ Digitale Projekte, die selbständig von Azubis erarbeitet werden (7x)
- ▶ Lerninhalte über digitale Plattformen nutzen (6x)
- ▶ Implementierung von Ausbildungs-Apps (6x)

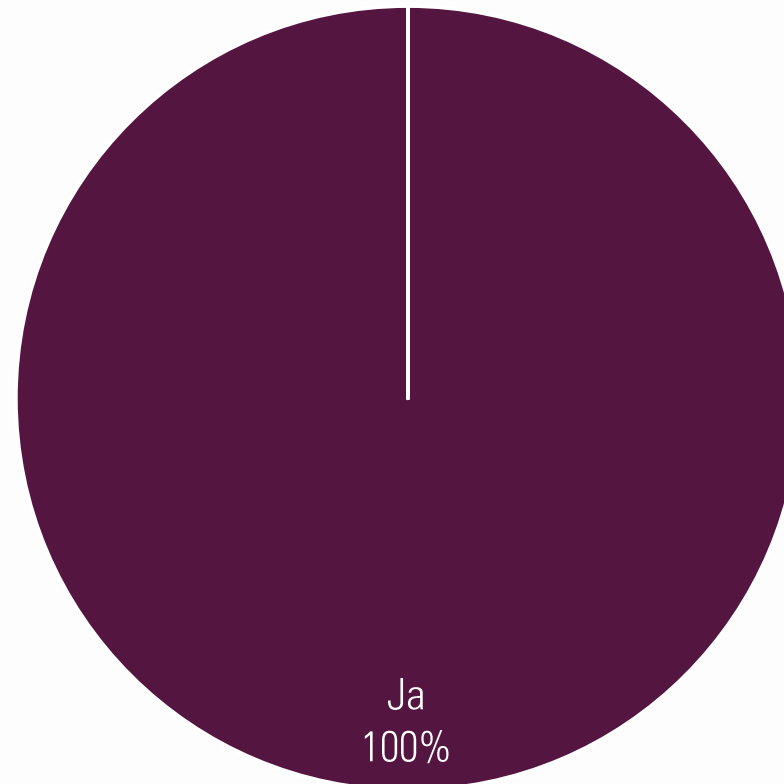
## Werden Weiterbildungen im Bereich Digitalisierung in Ihrem Unternehmen angeboten? (n=10)



## Werden Weiterbildungen im Bereich Digitalisierung in Ihrem Unternehmen angeboten?

- ▶ Die Hälfte der Unternehmen bietet Weiterbildungen im Bereich Digitalisierung an.
- ▶ Dies sind meist Softwareschulungen oder Schulungen zu Microsoft-Programmen wie Teams oder Excel. Das Angebot gilt in der Regel für alle MitarbeiterInnen, nicht nur für die Auszubildenden.
- ▶ Auch das Projekt „Digiscouts“ wird von Unternehmen für die Weiterbildung im Bereich Digitalisierung für ihre Auszubildenden genutzt. (Weitere Infos zum Projekt: [www.digiscouts.de](http://www.digiscouts.de))

## Möchten Sie über Weiterbildungsangebote im Bereich Digitalisierung informiert werden? (n=12)

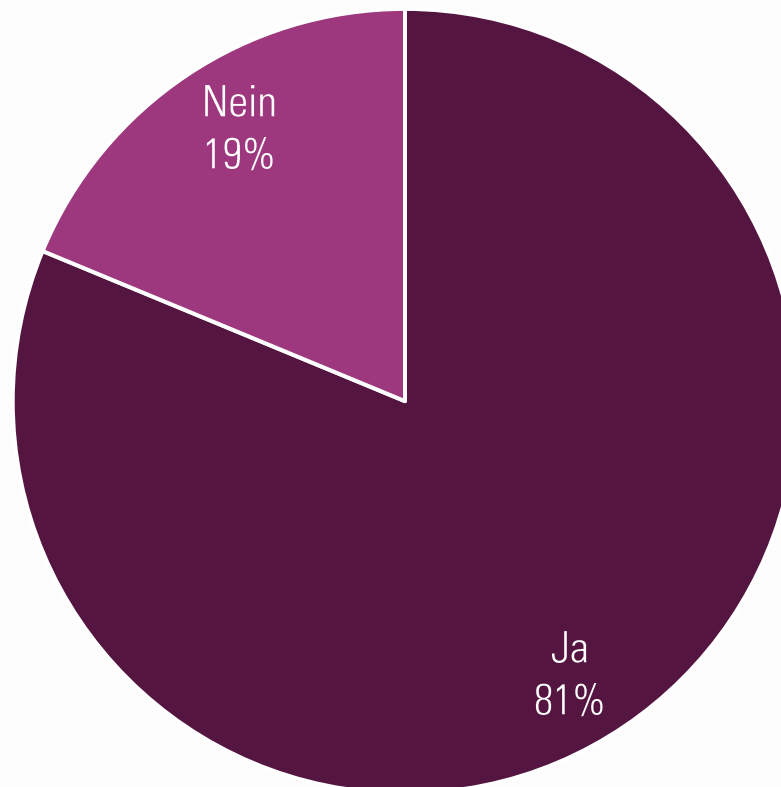


## Kennen und verwenden Sie einschlägige Tools für die digitale Ausbildung? (n=8)

- ▶ Für die digitale Ausbildung kennt und verwendet ca. die Hälfte der Firmen einschlägige Tools
- ▶ Folgende Tools wie Trello, Warenwirtschaftssoftware, Outlook, App zum Austausch untereinander werden verwendet



Sehen Sie Ihre Azubis (als „digital natives“) als Impulsgeber für Digitalisierung? Wie nutzen Sie ggf. deren Kompetenzen? (n=16)



## Sehen Sie Ihre Azubis (als „digital natives“) als Impulsgeber für Digitalisierung? Wie nutzen Sie ggf. deren Kompetenzen?

- ▶ Ca. 80% der Befragten sehen ihre Auszubildenden als Impulsgeber für Digitalisierung. Dies betrifft vor allem den Bereich Soziale Medien.
- ▶ Es wird berichtet, dass Azubis wenig Berührungspunkte in Sachen Digitalisierung haben und den Umgang schnell erlernen.
- ▶ Ihr Digitales Wissen können sie deshalb z.T. an ältere MitarbeiterInnen weitergeben („Mentoring“ – ältere MA lernen von Jungen und umgekehrt)

## Was müsste Ihrer Meinung nach passieren, damit die Ausbildung in Ihrem Betrieb digitaler gestaltet werden kann? (n=18)

- ▶ Bedarf für allgemeine Übersicht über bereits existierende digitale Angebote (8x)
- ▶ Mehr Beratungsangebote im Bereich Digitalisierung (4x)
- ▶ Digitale Prüfungsformate (4x)
- ▶ Unterstützung bei der Erstellung digitaler Lerninhalte (2x)
- ▶ Mehr passgenaue Angebote auf Lernplattformen (2x)

A decorative graphic on the left side of the slide, consisting of a cluster of overlapping white and dark blue triangles of various sizes, creating a dynamic, abstract shape.

# 6. Abschließende Fragen

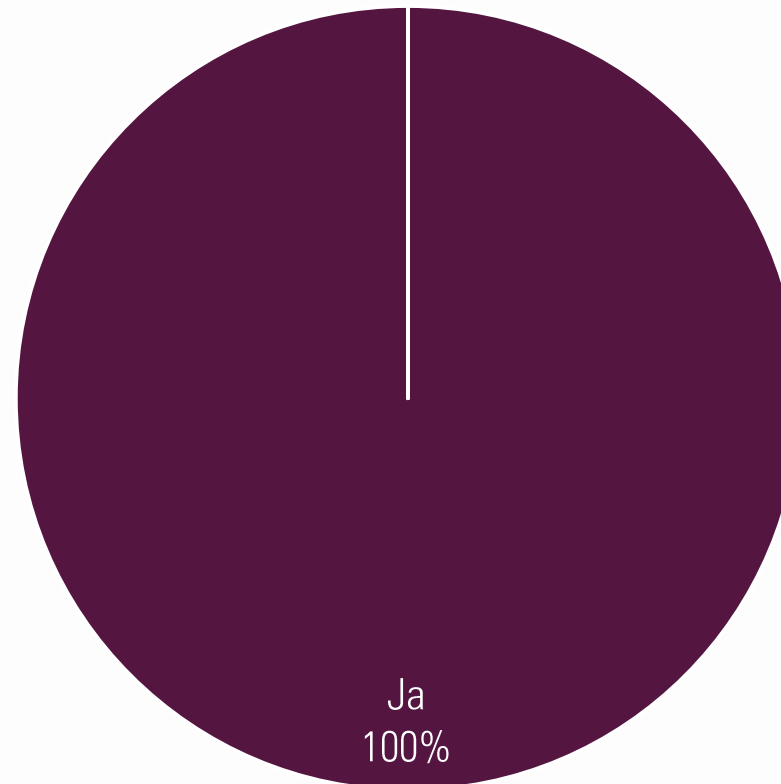
## Welche Herausforderungen haben sich für Ihren Betrieb durch die Pandemie in Bezug auf die Gewinnung von Auszubildende ergeben?

- ▶ Erschwerte Kontaktaufnahme
- ▶ Es bewerben sich weniger potentielle Azubis
- ▶ Weniger Bewerbungen durch Wegfall von Messen/Praktikamöglichkeiten
- ▶ Die Zielgruppe muss in der virtuellen Welt neu gefunden werden
- ▶ Bewerbung von Azubis läuft vor allem über Unternehmens-Webseite
- ▶ Die Pandemie als großer Unsicherheitsfaktor

## Welche Herausforderungen haben sich für Ihren Betrieb durch die Pandemie in Bezug auf die Digitalisierung der Ausbildung ergeben?

- ▶ Kommunikation mit Azubis im Ausbildungsalltag z.T. per Video
- ▶ Viele Bewerbungs-Interviews haben per Video-Besprechung stattgefunden
- ▶ Wichtig ist den Unternehmen, dass die Vorstellungsgespräche in Präsenz stattfinden können, wenn irgendwie möglich und mit den entsprechenden Hygiene- und Schutzkonzepten

**Wir bieten ein (virtuelles) Austauschformat speziell für AusbilderInnen und an der Ausbildung beteiligte Akteure an. Möchten Sie die Einladung für das nächste Mikro-Netzwerktreffen erhalten? (n=13)**



## Was ist Ihr aktuell dringendster Bedarf, wenn es um das Thema Ausbildung geht?

- ▶ Die langfristige Bindung von Auszubildenden ans Unternehmen (9x)
- ▶ Die Gewinnung von Auszubildenden (8x)
- ▶ Durchführung von Praktika/Hospitationen (5x)
- ▶ Vermittlung von Berufsschulinhalten (3x)
- ▶ Umstellung auf digitale Formate (3x)
- ▶ Allgemeiner Wunsch, mehr Zeit für die Ausbildung zur Verfügung zu haben





**Wir machen  
die Zukunft.  
Besser.**

**Vielen Dank  
für Ihre  
Aufmerksamkeit.**