Gezieltes Ausbildungsmarketing für Unternehmen

Mehr junge Frauen für gewerblich-technische Berufe

Gewinnung junger weiblicher Fach kräfte für gewerblich-technische Berufe

Unternehmen fehlen in gewerblich-technischen Berufen Fachkräfte

Die Engpassanlyse der Bundesagentur für Arbeit, der MINT-Herbstreport 2014 des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln und auch die Arbeitgeberverbände der Metall- und Elektroindustrie bestätigen einen Fachkräftemangel in gewerblich-technischen Berufen. Eine Prognose des Arbeitsmarktes der Arbeitgeberverbände Gesamtmetall bis 2020 weist auf, dass in der Metall- und Elektroindustrie 40.000 Fachkräfte fehlen werden.

Neue Potentiale erschließen

„Frauen sind super in technischen Berufen und die wollen wir in unseren Unternehmen“, so Stephan Schwarz, Präsident der Handwerkskammer Berlin, im girlsatec-Imagefilm. Doch wie kann eine zielgruppengerechte Ansprache gelingen, um weibliche Fachkräfte erfolgreich zu rekrutieren?

Zielgruppenanalyse

Die von der Vodafone Stiftung in Auftrag gegebene Studie des Institut für Demoskopie Allensbach „Schule und dann?“ nennt folgende Faktoren, die die Berufswahl von Mädchen beeinflussen:

- gute Verdienstmöglichkeiten
- viel mit anderen Menschen zusammenkommen
- gute Aufstiegsmöglichkeiten
- Vereinbarkeit von Beruf, Privatleben und Familie
- viel praktisches Arbeiten
- wenig Stress
- finanzielle Unabhängigkeit während der Ausbildungsphase

Bei der Vorstellung von gewerblich-technischen Berufen gegenüber jungen Frauen sollten Sie die identifizierten Faktoren besonders betonen, soweit dies mit den Rahmenbedingungen und Aufgabenbereichen in Ihrem Unternehmen übereinstimmt.

Ausbildungsmarketing für gewerblich-technische Berufe zur Rekrutierung weiblicher Fachkräfte

Während die meisten in der Allensbach/Vodafone-Studie genannten Kriterien in Stellenausschreibungen oder in Informationsmaterialien Ihres Unternehmens Eingang finden können, spielen insbesondere bei der persönlichen Ansprache von jungen Frauen individuelle Handlungskompetenzen eine zentrale Rolle. Wenn Sie planen, Ihr Unternehmen z.B. auf einer Berufsmesse zu präsentieren, suchen Sie sich für die Standbetreuung Mitarbeitende aus, die über personale und soziale Kompetenzen verfügen, die die Ansprache junger Frauen begünstigen.

Inhalt

Einleitung Seite 2

Personale und soziale Kompetenzen Seite 4

Indirektes Ausbildungsmarketing Seite 6

Direktes Ausbildungsmarketing Seite 9

Einstellung und Haltung

- **Offenheit und Empathie** gegenüber der Zielgruppe junger Frauen zeigen können.
- **Begeisterungsfähigkeit** für gewerblich-technische Berufe bei jungen Frauen wecken können.
- **Ermutigung und Bestärkung**, um junge Frauen ermuntern zu können, gewerblich-technische Berufe zu erlernen und sie in ihren Interessen und Fähigkeiten unterstützen.

Kommunikation

- **Sprachkompetenz** – Übersetzen Sie abstrakte Bergriffe aus dem Ausbildungskontext in altersgerechte, anschauliche und praxisorientierte Beschreibungen.
- **Alltagsbezug herstellen** – Durch Herstellen eines Alltagsbezuges sollten Sie Brücken zu fremden Fachbegriffen schlagen. Z.B. könnten Sie beim Erläutern der Herstellung von Präzisionswerkzeugen die Herstellung von Zahnarztbohrern als Beispiel anführen.
- **Nutzen verdeutlichen** – Um am o.g. Beispiel zu bleiben, zeigen Sie auf, dass der Nutzen der Herstellung von Zahnarztbohrern darin besteht, mit dem Werkzeug Zahnerkrankungen zu behandeln, d.h. der Gesundheit von Menschen zu dienen.
- **Altersgerecht und ansprechend formulieren, Nutzen herausstellen, Identifikation ermöglichen.** Beschreiben Sie den Nutzen des Produktes, hier des Zahnarztbohrers. Dadurch steigt die Wahrscheinlichkeit, dass sich junge Frauen eher und stärker mit dem Beruf der Zerspanungsmechanikerin identifizieren. Zu häufig wird die Zielgruppe mit vergleichbaren, wie der folgenden Berufsbeschreibung konfrontiert: Zerspanungsmechaniker/innen fertigen Präzisionsbauteile, die meist aus Metall beschaffen sind und durch spanende Verfahren wie Drehen und Fräsen hergestellt werden. Spricht dies junge Frauen im Alter von z.B. 16 Jahren aus Ihrer Sicht an?
- **Schulisches Wissen – Grundlage von Ausbildungsinhalten.** Zeigen Sie Zusammenhänge zwischen relevantem schulischen Lernstoff und der Ausbildung auf. Damit verbinden Sie Ihre Informationen mit Bekanntem aus dem Schulleben, was der Überwindung möglicher Hemmschwellen dient.

Praxisheranführung

- **Exponate zeigen** – Erklären Sie Funktion und Einsatzgebiet Ihrer Produkte.
- **Kreativität** – Thematisieren Sie, dass Kreativität zur Lösung technischer Aufgaben benötigt wird.
- **Erprobung technischen Arbeitens** – Laden Sie zum Ausüben typischer Tätigkeiten ein.

Unternehmenspräsentation

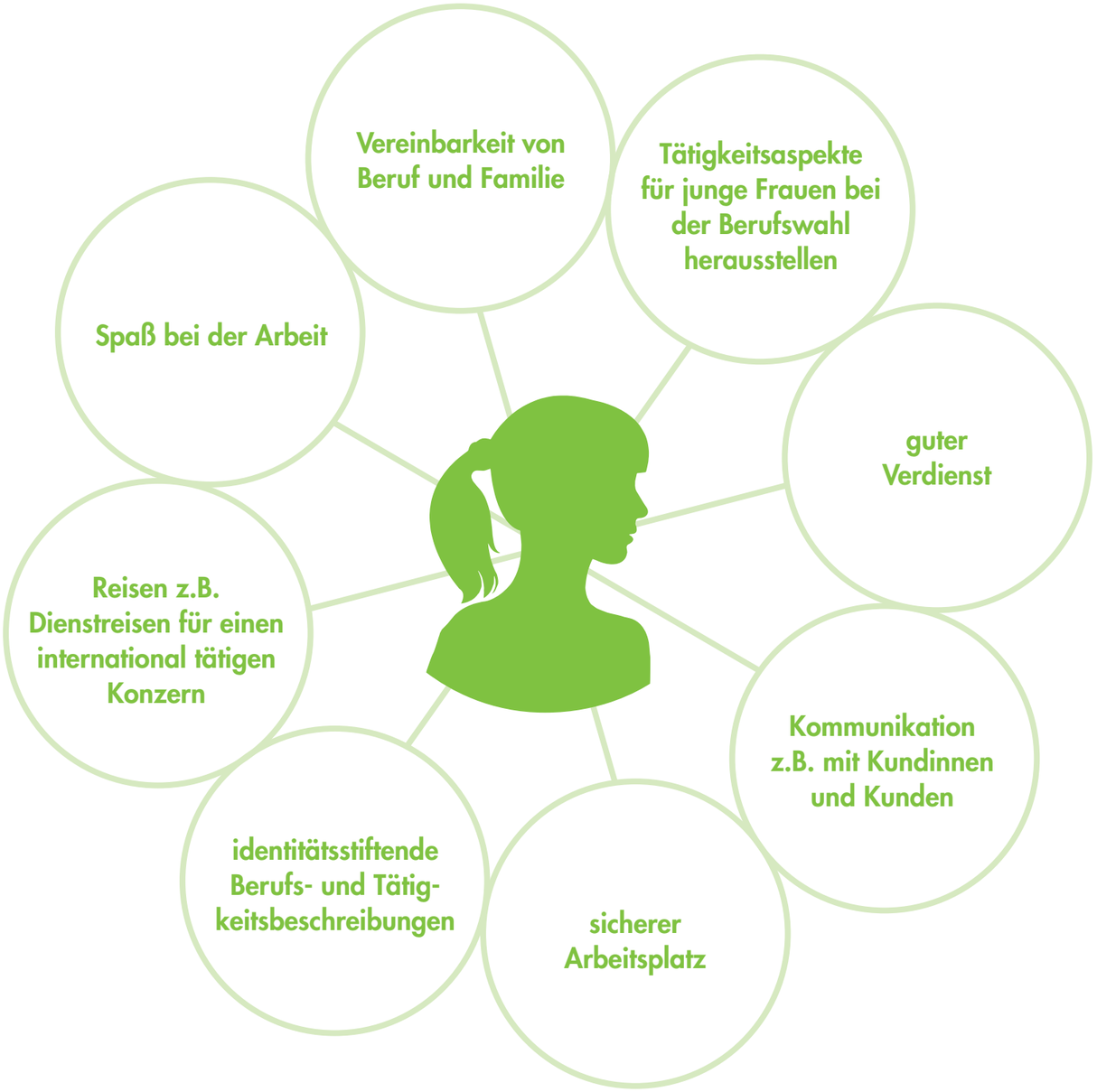
- **Betriebsrundgänge und Praktika** – Öffnen Sie Ihre Türen für junge Frauen.
- **Entwicklungschancen** – Informieren Sie über Karrierechancen in Ihrem Unternehmen nach erfolgreicher Absolvierung einer Ausbildung. Zeigen Sie auch Alternativen auf, wie z.B. die Möglichkeit der Aufnahme eines (dualen) Sudiums. Schülerinnen streben stärker nach Akademisierung als Schüler. Mit Blick auf das Thema Industrie 4.0 werden hochqualifzierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für die Industrie zunehmend an Bedeutung gewinnen und für Unternehmen von vitalem Interesse sein.

Indirektes Ausbildungsmarketing zur Rekrutierung weiblicher Fachkräfte in gewerblich-technischen Berufen

Zu den Instrumenten des indirekten Marketings gehören:

- **Veröffentlichung von Stellenausschreibungen** – Diese können Sie bei der regionalen Agentur für Arbeit, bei Kammern und Verbänden, auf Online-Stellenportalen oder in Schülerzeitschriften annoncieren.
- **Nutzung sozialer Medien** – Hierdurch können Sie eine virtuelle Nähe durch Bilder und/ oder Videos sowie durch das Einstellen authentischer Beiträge z.B. im Ausbildungsblog, auf Facebook, Twitter und / oder YouTube herstellen.
- **Informationsmaterialien** – Stellen Sie z.B. Unternehmensflyer bereit.

Wenn Sie Stellenausschreibungen, Informationsmaterialien oder Beiträge aufbereiten, um junge Menschen zu erreichen, lohnt es sich, vorab eine Zielgruppenanalyse zu machen. Wenn Sie die Interessen Ihrer Zielgruppe kennen, können Sie zielgenauer werben. Nutzen Sie die Erkenntnisse aus Zielgruppenanlysen und lassen diese bei der Erstellung von Stellenausschreibungen, Informationsmaterialien oder Beiträgen einfließen. Mit Blick auf die Zielgruppe achten Sie darauf, dass Ihre Inhalte altersgerecht, weniger abstrakt und stärker praxisorientiert formuliert sind.



Wenn Sie Bild- und Videomaterial verwenden, lohnt es, auch junge Frauen im jeweiligen Ausbildungs- bzw. Tätigkeitskontext abzubilden, dabei aber Rollenklischees zu vermeiden. Berücksichtigen Sie z.B., dass die Körpersprache sowohl von weiblichen als auch von männlichen Auszubildenden gleichermaßen aktiv wirkt, dass deutlich wird, dass die Auzubildenden Spaß an ihrer Tätigkeit haben, dass sie motiviert wirken und dass sie in heterogenen Teams auf Augenhöhe zusammen arbeiten. Durch die sorgfältige Wahl des Bild- und/ oder Vidoematerials sollen sich ausbildungsinteressierte junge Frauen mindestens vorstellen können, wenn nicht gar wünschen, am entsprechenden Arbeitsplatz tätig zu werden.

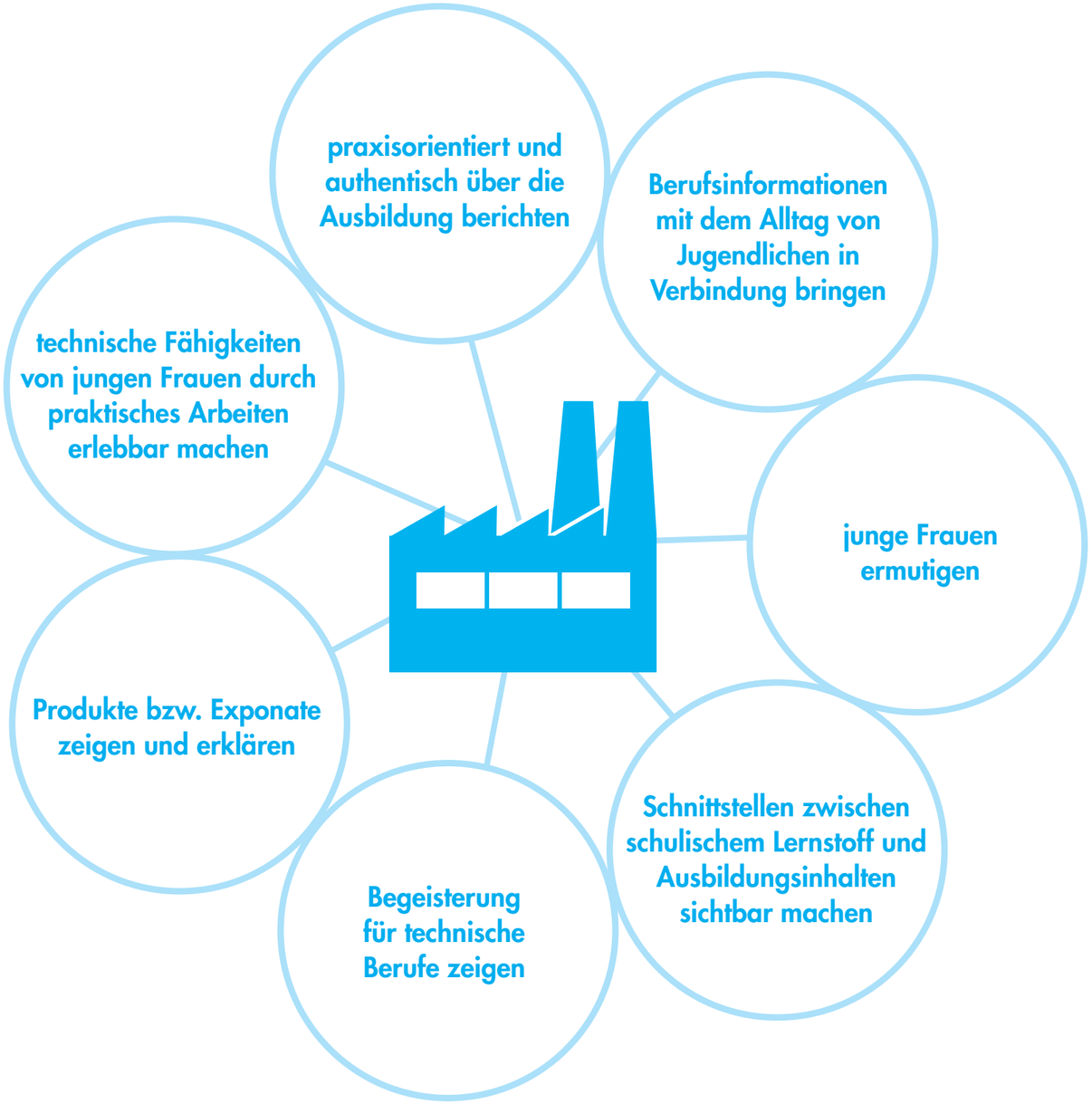
Direktes Ausbildungsmarketing zur Rekrutierung weiblicher Fachkräfte in gewerblich-technischen Berufen

Zu den Instrumenten des direkten Marketings gehören z.B.

- Berufsinformationen in Schulklassen
- Beteiligung an Berufs- bzw. Ausbildungsmessen
- Beteiligung am Girls' Day
- Beteiligung an praxisorientierten Angeboten wie den girlsatec-Technik-Camps
- Tag der offenen Tür insbesondere zur Ansprache von Eltern
- Betriebsbesichtigungen bzw. -rundgänge
- Praktikumsangebote
- Sponsoring wie Bannerwerbung z.B. in Turnvereinen oder Eisstadien

Beachten Sie beim direkten Ausbildungsmarketing, wie Ihre Informationen vermittelt werden. Schließlich soll es gelingen, einer zumeist technikfremden Zielgruppe aufzuzeigen, dass es möglicherweise Anknüpfungspunkte zwischen (vielleicht noch ungeahnten) Interessen oder Fähigkeiten junger Frauen und gewerblich-technischen Berufen gibt. Um das Berufswahlspektrum junger Frauen um diese Berufe zu erweitern, legen Sie nicht nur Wert auf die Wahl Ihrer Exponate sondern auch darauf, dass Ihr Personal über bestimmte personale und soziale Kompetenzen verfügt. Mit beispielhaftem Bezug auf die Betreuung eines Messestandes auf einer Berufsmesse können Sie folgende Aspekte berücksichtigen:

- **Haltung der Messestandbetreuenden** – Seien Sie offen und freundlich.
- **Erste Ansprache** – Signalisieren Sie Bereitschaft zum Gespräch ohne aufdringlich zu wirken. Andernfalls erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass junge Frauen einfach an Ihnen vorbeigehen.
- **Empathisch und aufgeschlossen sein** – Fragen Sie nach den beruflichen Interessen der jungen Frauen und bringen Sie diese, wo möglich, mit den eigenen Berufen und Produkten in Verbindung.
- **Interessiert sein** – Fragen Sie nach den Berufsvorstellungen, aber auch Hobbys der jungen Frauen. Prüfen Sie, ob diese Anknüpfungspunkte mit gewerblich-technischen Berufen aufweisen und wenn ja, thematisieren Sie diese.
- **Produkte zeigen und erklären** – Verdeutlichen Sie, wo man Ihre Produkte im Alltag einsetzt und findet und wofür sie dienlich sind. Hier bietet sich Ihnen die Chance, aufzuzeigen, wo die Auszubildenden ihren Beitrag zum Endprodukt leisten, welche Verantwortung sie im Fertigungsprozess tragen und dass sie zum Unternehmenserfolg beitragen.
- **Rahmenbedingungen** – Zeigen Sie auf, was Azubis bei Ihnen erwarten können.
- **Betriebsbesichtigung** – Bieten Sie diese für junge Frauen und auch deren Eltern an.
- **Ansprechpartner/innen** – Nennen Sie Kontaktdaten für Praktika und Ausbildungen.
- **Informationsmaterialien** – Händigen Sie gezielt Informationen über das Unternehmen und/ oder die Ausbildung aus und verweisen – wo vorhanden – auf den Ausbildungsblog Ihres Unternehmens.



girlsatec.de

girlsatec ist ein Projekt der Senatsverwaltung für Arbeit, Integration und Frauen im Rahmen des Programms BerlinArbeit und wird aus Mitteln des Landes Berlin gefördert.

Impressum: Entwicklung, Konzeption, Redaktion: Sarah Bindokat · k.o.s GmbH · www.kos-qualitaet.de | Gestaltung: Luecken-Design.de