



Gezieltes Ausbildungsmarketing für Unternehmen



Junge Frauen
für gewerblich-
technische Berufe
gewinnen

Gewinnung junger weiblicher Fachkräfte für gewerblich-technische Berufe

Fachkräftemangel in gewerblich-technischen Berufen

Die Engpassanalyse der Bundesagentur für Arbeit, der MINT-Herbst-report 2018 des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln und auch die Arbeitgeberverbände der Metall- und Elektroindustrie bestätigen den fortlaufenden Fachkräftemangel in gewerblich-technischen Berufen. Mit insgesamt 496.200 offenen Stellen wurde der Höchststand seit Beginn der Aufzeichnungen erreicht.

Auch die Zahl freier Ausbildungsplätze in diesen Bereichen ist signifikant hoch. Die im Jahr 2017 zur Verfügung stehenden 9.700 freien Ausbildungsplätze dieser Branchen überstiegen somit sogar die Zahl der 5.300 Bewerber*innen, die noch ohne Ausbildungsplatz waren, um 4.400 freie Stellen. Eine Stärkung der beruflichen Orientierung ist daher erforderlich.

Neue Potentiale erschließen

„Frauen sind super in technischen Berufen und die wollen wir in unseren Unternehmen“, so Stephan Schwarz, ehemaliger 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 Instituts für Demoskopie Allensbach „Schule, und dann?“ nennt folgende Faktoren, die die Berufswahl von Schülerinnen beeinflussen:

- gute Verdienstmöglichkeiten
- viel mit anderen Menschen zusammenkommen und zusammen arbeiten



Einleitung	Seite 3
Das Projekt „girlsatec“	Seite 5
Das Botschafterinnen-Konzept	Seite 8
Personale und soziale Kompetenzen	Seite 10
Indirektes Ausbildungsmarketing	Seite 13
Direktes Ausbildungsmarketing	Seite 16

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

Diese sieben identifizierten Faktoren sollten im Rahmen der Ansprache junger Frauen für gewerblich-technische Berufe besonders betont werden, 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 beispielsweise 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.

Auch andere zielgruppenspezifische Faktoren sollten beachtet werden. So beschreibt die Studie „The When & Why of STEM Gender Gap“ von KRC Research, dass ein besonders großes Interesse von Schülerinnen in Deutschland für MINT-Fächer im Alter zwischen 11 und 16 Jahren liegt. Danach sinkt das Interesse der Schülerinnen und kehrt oft nicht zurück. Um dem abnehmenden Interesse an Technik entgegenzuwirken setzt an dieser Stelle unser Projekt *girlsatec* an. Mehr dazu erfahren Sie auf der folgenden Seite.

Das Projekt „girlsatec“

Das Projekt „*girlsatec* – junge Frauen erobern technische Berufe“ ist gefördert von der Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales und wird aus Landesmitteln finanziert. Projektträger ist die ABB Ausbildungszentrum Berlin gGmbH.

Initiatorin des Projektes ist die ehemalige Senatorin für Arbeit, Integration und Frauen des Landes Berlin Dilek Kalayci, ehem. Kolat, die das Projekt im Jahr 2013 ins Leben rief.

In unserem Projekt begegnen wir den vier zentralen Faktoren, warum es so wenige junge Frauen in technischen Berufen gibt. Diese wurden in der Studie „The When & Why of STEM Gender Gap“, welche KRC Research im Auftrag von Microsoft in zwölf europäischen Ländern durchführte, als Ursachen herausgearbeitet:

- Mangel an weiblichen Vorbildern
- fehlende Praxiserfahrungen
- Ungleichbehandlung
- fehlende Kenntnisse über mögliche Anwendungsgebiete im echten Leben



Das Projekt *girlsatec* begegnet diesen Herausforderungen mit seinen vielseitigen Angeboten, die eine heterogene Adressat*innenlandschaft aufweist.

girlsatec:

- begeistert Schülerinnen für Technik,
- bietet berufliche Orientierung im gewerblich-technischen Bereich an,
- erweitert das Berufswahlspektrum für junge Frauen und Schülerinnen,
- schult junge Auszubildende als Botschafterinnen in technischen Ausbildungsberufen,
- bietet Ferienveranstaltungen – Technik-Camps – für Schüler*innen, Betriebsrundgänge, Schulklassenbesuche, Löt-AGs und Girls' Day an,
- zeigt Eltern die Chancen technischer Berufe für ihre Töchter auf und organisiert Tage der offenen Tür im Ausbildungszentrum,
- unterstützt Lehrer*innen in Angeboten der beruflichen Orientierung und sensibilisiert diese für die Bereiche duale Ausbildung und Frauen in technischen Berufen,
- bietet kleinen und mittelständigen Unternehmen Workshops und Unterstützungsangebote zu Auszubildendenakquise, Ausbildungsqualität und Fachkräftesicherung,
- hat festen Kontakt zu Ausbildungsbetrieben mit offenen Ausbildungsplätzen,
- strebt an, in der Gesellschaft einen Mentalitätswandel in Bezug auf traditionell verankerte Berufsrollen zu unterstützen.

Die genaue Beschreibung unserer Angebote sowie aktuelle Veranstaltungen und Beteiligungsmöglichkeiten finden Sie auf unserer Webseite www.girlsatec.de oder mit dem Suchbegriff „girlsatec“ auf facebook und YouTube.

Das Botschafterinnen-Konzept



Die Berufswahl von Schülerinnen und Schülern wird oft durch Freunde, Familie und das nähere Umfeld geprägt. Doch jungen Frauen fehlt es da konkret oft an weiblichen Vorbildern mit Bezug zu gewerblich-technischen Berufen.

Das Projekt *girlsatec* richtet sich in dieser Zeit der Berufsorientierung mittels Botschafterinnen an Schülerinnen und junge Frauen. Um auf die Potentiale von Schülerinnen aufmerksam zu machen, engagierten sich die *girlsatec*-Botschafterinnen in Schulen, Unternehmen, Verbänden und auf Ausbildungstagen. Berichte von positiven Erfahrungen oder Entscheidungshilfen sollen andere jungen Frauen in der Ausbildungsplatzsuche unterstützen. Die Botschafterinnen sind überzeugt von ihrer Berufswahlentscheidung und möchten diese Begeisterung an andere weitergeben.



Botschafterinnen sind...

- Weibliche Auszubildende aus gewerblich-technischen Berufen
- Studentinnen, die nach ihrer Berufsausbildung ein technisches Studium begonnen haben
- Facharbeiterinnen und Ingenieurinnen, die sich für ihren Beruf einsetzen



Die Öffentlichkeitsarbeit der Botschafterinnen...

Auf Messen, bei Schulklassenbesuchen, bei Tagen der offenen Tür, bei anderen Veranstaltungen und im eigenen Umfeld berichten die Botschafterinnen von ihren Erfahrungen und erzählen, warum sie in der Technik ihren Traumberuf gefunden haben. Als Ansprechpartnerinnen „auf Augenhöhe“ stehen sie den Fragen von Schüler*innen Rede und Antwort und bringen diese direkt in Kontakt mit Unternehmen und potenziellen Ausbildungsbetrieben.



Das Botschafter*innen Konzept im eigenen Betrieb anwenden...

- Aktuelle Auszubildende für die Tätigkeit als „Ausbildungsbotschafter*in“ anfragen
- Auszubildende für die Beteiligung an Ausbildungsmessen, für Tage der offenen Tür und bei Betriebsrundgängen einplanen
- Auszubildende für diese Termine innerhalb der Arbeitszeit freistellen
- Finanzierung der Verpflegung zu bestimmten Veranstaltungen, Gutschrift von Arbeitszeit, Zertifikate, Weiterbildungen etc. für die engagierten Botschafter*innen ermöglichen
- Auszubildende in allen Bereichen der Öffentlichkeitsarbeit und Rekrutierung des Unternehmens miteinbeziehen
- Wertschätzung und Dankbarkeit für die engagierten Botschafter*innen zeigen



Zu beachten...

Diese zusätzliche Aufgabe für die Auszubildenden bedarf einer kontinuierlichen Kommunikation und eines stetigen Austausches. Zudem sind regelmäßige Absprachen beispielsweise über Interesse und Ziele der Tätigkeit sowie über Überlastung und Ausgleich der zusätzlichen Tätigkeit sowie über die weitere Beteiligung und bevorstehende Termine als Botschafter*in wichtig.



Ansprache

Für eine erste Ansprache von Mädchen und jungen Frauen sollten vor allem die folgenden Einstellungen verinnerlicht und angewandt werden:

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

Kommunikation

Für eine gelingende Kommunikation mit Mädchen und jungen Frauen sollten vor allem die folgenden Hinweise beachtet werden:

- **Einfache Sprache** – Übersetzen Sie abstrakte Begriffe aus dem Ausbildungskontext in altersgerechte, anschauliche und praxisorientierte Beschreibungen.
- **Alltagsbezug herstellen** – Durch Herstellen eines Alltagsbezuges sollten Sie Brücken zu fremden Fachbegriffen schlagen. Beispielsweise könnten Sie beim Erläutern der Herstellung von Präzisionswerkzeugen die Herstellung von Zahnarztbohrern als Beispiel anführen.
- **Nutzen verdeutlichen** – Um beim obengenannten Beispiel zu bleiben, zeigen Sie auf, dass der Nutzen der Herstellung von Zahnarztbohrern darin besteht, mit dem Werkzeug Zahnerkrankungen zu behandeln, das heißt der Gesundheit von Menschen zu dienen.
- **Durch Verständlichkeit 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 Berufsbeschreibungen, wie folgender konfrontiert: „Zerspanungsmechaniker*innen fertigen Präzisionsbauteile, die meist aus Metall beschaffen sind und durch spanende Verfahren wie Drehen und Fräsen hergestellt werden.“ Diese Beschreibung ist wenig verständlich und kaum ansprechend für eine Schülerin oder eine junge Frau.

- **Schulisches Wissen** – Grundlage von Ausbildungsinhalten – Zeigen Sie Zusammenhänge zwischen relevantem schulischem Lernstoff und der Ausbildung auf. Damit verbinden Sie Ihre Informationen mit Bekanntem und Interessen aus dem Schulleben. Dies dient der Überwindung möglicher Hemmschwellen.

Praxisheranführung

- **Exponate zeigen** – Erklären Sie die Funktion und die Einsatzgebiete Ihrer Produkte und stellen Sie, wenn möglich dadurch (Alltags-) Bezüge her.
- **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. Die Beteiligung am Girls' Day, das Angebot von Schulpraktika, Tage der offenen Tür und Führungen für Schulklassen ermöglichen Schülerinnen ein realistisches Bild von Unternehmen, wecken Interesse und das Verständnis für unbekannte Berufsfelder. Kooperationen mit Schulen können beispielsweise dabei hilfreich sein.

- **Entwicklungschancen** – Informieren Sie über besondere Angebote und Fördermöglichkeiten sowie über Karrierechancen in Ihrem Unternehmen. Zeigen Sie auch Perspektiven nach Abschluss der Ausbildung auf, wie die Möglichkeit der Aufnahme eines (dualen) Studiums. Schülerinnen streben stärker nach Akademisierung als Schüler. Mit Blick auf das Thema Industrie 4.0 werden hochqualifizierte 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:

- **Stellenausschreibungen** – Diese können Sie bei der regionalen Agentur für Arbeit, bei Kammern und Verbänden, auf Online-Stellenportalen oder in Schülerzeitschriften annoncieren. Achten Sie hierbei besonders auf die Aspekte wie einfache Sprache, Alltagsbezug, Nutzen und Identifikation.
- **Soziale Medien** – Um im Alltag und der Lebenswelt der Schülerinnen präsent zu sein, sollten Sie soziale Medien nutzen. Facebook, Twitter, Instagram, Tik Tok sowie YouTube ermöglichen eine anschauliche, interessante, prägnante, niedrigschwellige, effektive und kostenarme Kontaktaufnahme sowie die Gewinnung von jungen Frauen.
- **Informationsmaterialien** – Stellen Sie Unternehmensflyer bereit, mit denen Sie auf Messen und anderen Veranstaltungen werben können. Achten Sie bei der Erstellung der Infomaterialien wieder auf einfache Sprache, Alltagsbezug, Nutzen und Identifikation.

Wenn Sie Stellenausschreibungen, Informationsmaterialien oder Beiträge aufbereiten, um junge Menschen zu erreichen, lohnt es sich, vorab eine Zielgruppenanalyse durchzuführen oder mit eigenen Auszubildenden im Unternehmen zu sprechen. Wenn Sie die Interessen Ihrer Zielgruppe kennen, können Sie zielgerichteter werben. Nutzen Sie die Erkenntnisse aus Zielgruppenanalysen 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, in einer einfachen Sprache und stärker praxisorientiert formuliert sind.

Ein Beispiel für Anschaulichkeit und Einfachheit ist die *girlsatec*-Lötanleitung, die von einer *girlsatec*-Botschafterin und einer Projektmitarbeiterin erstellt wurde und so in einfacher Sprache und angelehnt an Mangazeichnungen visualisiert ist. Die Broschüre können Sie auf der *girlsatec*-Webseite einsehen und kostenfrei bestellen.

Wenn Sie Bild- und Videomaterial verwenden, lohnt es sich, auch junge Frauen im jeweiligen Ausbildungs- bzw. Tätigkeitskontext abzubilden, dabei aber Rollenklischees zu vermeiden. Es sollte deutlich werden, dass die Auszubildenden Spaß an ihrer Tätigkeit haben, dass sie motiviert sind und dass sie in heterogenen Teams auf Augenhöhe zusammenarbeiten. Durch die sorgfältige Wahl des Bild- und/oder Videomaterials sollen sich ausbildungsinteressierte junge Frauen vorstellen können, wenn nicht gar wünschen, am entsprechenden Arbeitsplatz tätig zu werden.



Einflussfaktoren auf die Berufswahl junger Frauen



Direktes Ausbildungsmarketing zur Rekrutierung weiblicher Fachkräfte in gewerblich-technischen Berufen

Zu den Instrumenten des direkten Marketings gehören unter anderem

- Berufsinformationen in Schulklassen
- Beteiligung an Berufs- bzw. Ausbildungsmessen
- Beteiligung am Girls'Day
- Beteiligung an praxisorientierten Angeboten wie bei den *girlsatec*-Technik-Camps
- Tag der offenen Tür insbesondere zur Ansprache von Eltern
- Betriebsbesichtigungen bzw. -rundgänge
- Praktikumsangebote
- Sponsoring wie Bannerwerbung in Turnvereinen oder Eisstadion
- Einwicklung von Materialien in einer einfachen zielgruppengerechten Sprache

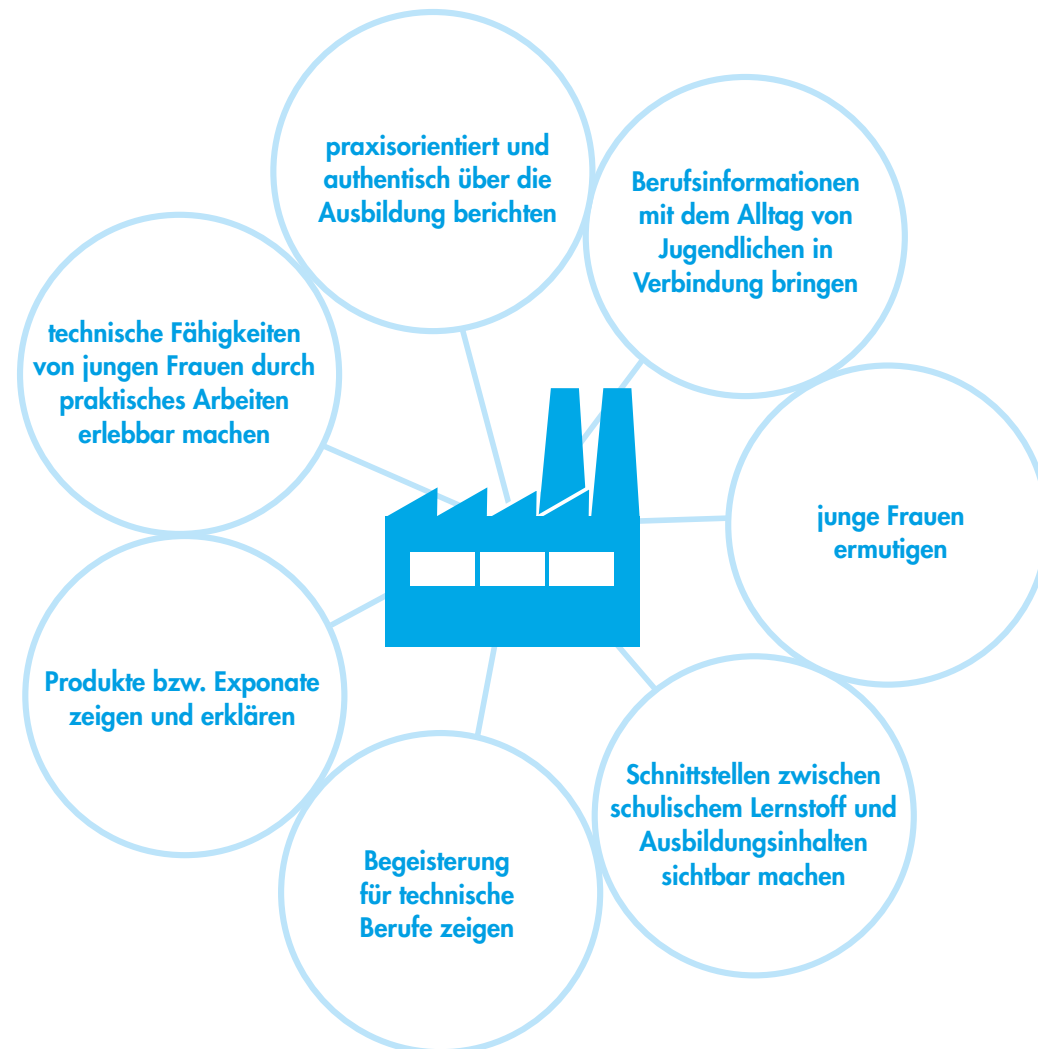
Beachten Sie beim direkten Ausbildungsmarketing, wie Ihre Informationen vermittelt werden. Ziel ist es immer, einer zumeist technikfremden Zielgruppe aufzuzeigen, dass es möglicherweise Anknüpfungspunkte zwischen (vielleicht noch ungeahnten) Interessen oder Fähigkeiten junger Frauen und gewerblich-technischen 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.



Ausbildungsmarketing am Beispiel Messestandbetreuung

- **Haltung der Messestandbetreuenden** – Seien Sie offen und freundlich.
- **Erste Ansprache** – Signalisieren Sie Bereitschaft zum Gespräch, ohne aufdringlich zu wirken.
- **Empathisch und aufgeschlossen sein** – Fragen Sie nach den beruflichen Interessen der jungen Frauen und bringen Sie diese – wenn möglich – mit den eigenen Berufen und Produkten in Verbindung.
- **Interessiert sein** – Fragen Sie nach den Berufsvorstellungen und Hobbys der jungen Frauen. Prüfen Sie, ob diese Anknüpfungspunkte zu gewerblich-technischen Berufen aufweisen und wenn ja, thematisieren Sie diese.
- **Produkte zeigen und einfach erklären** – Verdeutlichen Sie, wo Ihre Produkte im Alltag zu finden sind und eingesetzt werden und was sie für einen Nutzen haben. 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 Auszubildende bei Ihnen erwartet. Betonen Sie besondere Leistungen während und nach der Ausbildung sowie die soziale Komponente im Team und die Möglichkeiten Beruf und Privatleben zu vereinbaren.
- **Betriebsbesichtigung** – Bieten Sie diese für Schülerinnen und auch deren Eltern an.
- **Ansprechpartner*innen** – Nennen Sie direkte Kontakte für Praktika und Ausbildungen.
- **Informationsmaterialien** – Händigen Sie gezielt und zielgruppengerecht Informationen über das Unternehmen und die Ausbildung aus und verweisen Sie – wo vorhanden – auf die Social-Media-Präsenz Ihres Unternehmens.

Instrumente zur Einflussnahme auf die Berufswahl junger Frauen





girlsatec.de

Das Projekt „*girlsatec* – Junge Frauen erobern technische Berufe“ wird aus Mitteln der Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales gefördert.

Senatsverwaltung
für Integration, Arbeit
und Soziales

bemin **Berlin**

ABB

Verband der Metall- und
Elektroindustrie Berlin-Brandenburg

VME