

Ideensammlung zur Nachwuchssicherung im Workshop am 31.05.2016 in der IHK Koblenz im Rahmen der Fachkräfte Allianz Mayen-Koblenz

Handlungsfeld 1

Nachwuchs sichern

- 1.1 (Lern-)Kompetenzentwicklung von Kindern und Jugendlichen
- 1.2 Jugendliche und Berufsfindung
- 1.3 Akquirieren von Auszubildenden
- 1.4 Azubis während der Ausbildung
- 1.5 Jugendliche und Studienwahl
- 1.6 Studienabbrecher
- 1.7 Akquirierung von Studenten

| | Maßnahme/Idee | Ziel | Umsetzung bzw. Anmerkungen |
|-----|--------------------------------------|--|--|
| 1.2 | Attraktive Praktikumsplätze anbieten | Mehr Auszubildende und Fachkräfte gewinnen, Auszubildende für den Ausbildungsberuf interessieren | Arbeitsproben nach Praktikum an Praktikanten verschenken; Betriebsführungen zu Beginn des Praktikums |
| 1.3 | Videofilm zur Ausbildung im Betrieb | Neue Auszubildende akquirieren Alle Ausbildungsberufe des Betriebs vorstellen | Film mit eigenen Azubis, stärkt Selbstbewusstsein, erhöht Bereitschaft Film zu bewerben. Einstellen des Videos auf Homepage, Youtube, Facebook etc. (Beispiel Malerbetrieb Klein, Mendig: hergestellt von Lars May, Mendig: Kosten ca. 2.500 €) |
| 1.3 | Plakat mit eigenen Azubis | z.B. Mut machen zum Handwerk! | Lustige Sprüche, die das eigene Tätigkeitsfeld beschreiben; „Bad Boys“ für SHK-Azubis |

| | Maßnahme/Idee | Ziel | Umsetzung bzw. Anmerkungen |
|-----|---|--|---|
| 1.3 | Zusatz auf Rechnung: „Wir stellen uns der gesellschaftlichen Verantwortung! Wir bilden aus!“ | Imagegewinn für Unternehmen, Auszubildende akquirieren | Wenn der Auszubildende beim Auftrag tatsächlich mitgearbeitet hat wird er mit einem kleinen Stundenhonorar in Rechnung gestellt. Auf Rechnung erscheint Zusatz, dass es dem Kunden unbenommen ist diesen Betrag zu kürzen |
| 1.3 | Öffentlichkeitsarbeit verstärken „Tue Gutes und rede darüber“ | Imagesteigerung, Nachwuchs, Fachkräfte akquirieren | Rhein-Zeitung, Wochenblätter, auf Internetplattformen. Motto – wer schreibt der bleibt. Evtl. Anzeige schalten die bezahlt wird, aber auch redaktionellen Teil liefern. Dieser wird dann auch meist gedruckt |
| 1.3 | Persönliche Personalauswahl | Auch schlechteren Bewerbern eine Chance geben, Schulnoten weniger bewerten | Motivation und Einsatzbereitschaft des Bewerbers im persönlichen Gespräch einschätzen |
| 1.3 | Sprache der Auszubildenden benutzen | Identifikation der Generation Y, bessere Zielgruppenansprache | Siehe Beispiele der Anzeigen der Fa. Bleser |
| 1.3 | Auszubildende beim Sport, Hobbies suchen | Mehr Bewerber Bekanntheitsgrad des Unternehmens steigern | Wo halten sich mögliche Auszubildende auf? Dort kann man auf seinen Betrieb und die Ausbildungsberufe aufmerksam machen |
| 1.2 | Kooperation mit Schulen | Mehr Bewerber für Praktikum und Ausbildung, Lehrer kennt Talente der Schüler und kann Empfehlungen geben | Kontakt zu Berufswahlkoordinatoren an Schulen aufnehmen und pflegen |
| 1.3 | Werbung auf Fahrzeugen für Ausbildungsstellen | Mehr Bewerber | Auf Homepage die einzelnen Berufe in kurzen Filmen vorstellen oder auf entsprechende Seiten verlinken |
| 1.3 | Teilnahme an Veranstaltungen | Bekanntheitsgrad für Auszubildende und Kunden erhöhen - gerne auch schon für Kinder | z.B. Girls' Day, Azubimessen, Tag der offenen Tür im eigenen Unternehmen für Mitarbeiter, Verwandte, Freunde |

| | Maßnahme/Idee | Ziel | Umsetzung bzw. Anmerkungen |
|------------|---|---|---|
| 1.3 | Beziehungspflege | Offene und wertschätzende Kommunikationskultur schon vor dem Beginn der Ausbildung aufzeigen („offene Tür“) | Kontaktaten mit Handynummer an Azubi-Kandidaten übergeben, um „Rund-um-die-Uhr“-Betreuung für Probleme bei der Ausbildungsplatzwahl anzubieten |
| 1.3 | Perspektiven für Schüler mit schlechten Schulnoten aufzeigen | Notenunabhängige Vorauswahl; höhere Bleibewahrscheinlichkeit nach Ende der Lehre | Einladung zum Praktikum und/oder praxisnahen Einstellungstest unabhängig von den Noten vornehmen |
| 1.4 | Einführungswoche vor der Ausbildung: Soziale Kompetenzen vermitteln, Begrüßung, Small Talk, Telefontraining Motivation der Auszubildenden, Wertschätzung Gesundes Essen und Trinken, Umgang mit neuen Medien im Betrieb, Aufmerksamkeit schulen Mitdenken fördern, Arbeitssicherheit | Soziale Kompetenzen , Umgangsformen vermitteln Wertschätzung des Auszubildenden | Gemeinsamer Workshop mit Azubis aus unterschiedlichen Betrieben und Unterstützung durch IHK, HWK, Innungen, Versicherungen, Arbeitsagentur, Banken, Herausforderung: Versicherungsschutz, Kosten, Räumlichkeiten, Dozenten |
| 1.4 | Visitenkarten für Azubis | Wertschätzung, hohe Identifikation mit dem Ausbildungsbetrieb | Geringe Kosten – große Wirkung auch zur Kundengewinnung |
| 1.4 | Perspektiven für Übernahme aufzeigen | Abwanderung der Azubis nach der Lehre zu anderen Arbeitgebern und/oder Studium verhindern | Karrierpfade bzw. relevante Weiterbildungsangebote aufzeigen und –falls möglich – konkrete Alternativen hierfür aufzeigen; |
| 1.4 1.7 | Auslandsaufenthalt für Auszubildenden | Werbung von Auszubildenden mit gutem Schulabschluss, Stärkung des Selbstbewusstseins | Arbeitsausfall für Zeit des Auslandspraktikums, aber danach hohe Motivation, Einsatzbereitschaft und stärkere Persönlichkeit |
| 1.4 | Gesellen als Verantwortlichen für Azubi | Wertschätzung des Gesellen Hohe Zufriedenheit und Motivation | Verantwortung für Auszubildenden delegieren |
| 1.4 | Gesundheitsförderung der Azubis (und aller Mitarbeiter) | Wertschätzung, MA bleiben gesund, geringer Krankenstand, Identifikation mit Betrieb | z.B. Ernährungskurse durchführen: Mein gesundes Frühstück! |

| | Maßnahme/Idee | Ziel | Umsetzung bzw. Anmerkungen |
|-----|---|---|--|
| 1.4 | Auszubildenden Verantwortung übertragen | Wertschätzung, hohe Identifikation mit dem Ausbildungsbetrieb | z.B. eigenes Projekt übertragen; schon während der Lehre schrittweise selbstständige Mitarbeit ermöglichen |
| 1.6 | Kontakt zu Hochschulen knüpfen | Studienabbrecher werben | Internetplattform der Hochschulen zur Mitarbeitersuche nutzen, z.B. Jobbörse der Hochschule Koblenz |