



Bayerns großes Netzwerktreffen
Ausbildertag

Dokumentation der IHK Ausbilderakademie 2019



IHK Industrie- und Handelskammern
in Bayern

Vorwort



Wer wird Ausbilderin oder Ausbilder? Diejenigen, die ich kenne, haben alle eines gemeinsam: Sie sind aufgeschlossen, hellwach, hoch motiviert und tun sich leicht im Umgang mit jungen Menschen, weil sie selbst jung geblieben sind. Und doch, einfach ist es manchmal nicht, denn jede nachrückende Generation hat ihre Besonderheiten. Bei der aktuellen Generation Z, geboren zwischen 1995 und 2012, ist es sicher die Tatsache, dass sie bereits komplett digital sozialisiert ist. Also nicht Instagram oder WhatsApp oder YouTube (von Facebook rede ich schon gar nicht mehr) oder Blogs oder oder oder – sondern alles auf einmal, fließend, überall. Die Generation Z kennt keine klare Abgrenzung zwischen realer und virtueller Welt, beide Welten verschmelzen zu einer. Beispiel YouTube: Längst ist die einstige Video-Plattform zur zweitgrößten Suchmaschine der Welt geworden. Tag für Tag werden über eine Milliarde Videos angesehen. YouTube ist dank Smartphone jederzeit greifbar.

Was bedeutet das für den Alltag der bayerischen Ausbilderinnen und Ausbilder? Mirko Drotschmann, einer der führenden Bildungsanbieter Deutschlands im Netz, sieht vor allem Chancen – und öffnete beim bayerischen Ausbildungstag in Bayreuth so manchem Teilnehmer die Augen für ein Medium, dessen Möglichkeiten viele so noch gar nicht gesehen hatten.

Technische Möglichkeiten zu erkennen und sie zu nutzen, das war der Schwerpunkt bei unserem diesjährigen Netzwerktreffen. Ich freue mich sehr, dass die IHK für Oberfranken Bayreuth hochprofessionell und mit einem fantastischen Team die Veranstaltung ausgerichtet hat. Themen waren neben YouTube, weitere Möglichkeiten im Recruiting-Prozess und das gelungene Onboarding. Diese Dokumentation fasst die Inhalte zusammen und vermittelt denen, die nicht dabei waren, einen Eindruck davon, was sie verpasst haben. Vielleicht sehen wir uns ja beim nächsten Ausbildungstag. Ich freue mich auf Sie!

Thomas Schneider
Leiter der IHK Ausbilderakademie Bayern

YouTube als Schlüssel zur Generation Z

YouTube bietet als wichtige Informations- und Bildungsplattform im Internet ungeahnte Möglichkeiten: Mit großem Abstand zu WhatsApp, Instagram oder auch Netflix ist YouTube das beliebteste Internetangebot. Selbst beim Lernen wird dieses Medium immer wichtiger.

Mirko Drotschmann alias MrWissen2Go, so sein gleichnamiger Kanal, kennt die Möglichkeiten wie kaum ein Zweiter in Deutschland; er hat die Kanzlerin interviewt und ist mit über einer Million Followern ein wichtiger Influencer. Live via Skype zum Ausbildungstag zugeschaltet, zeigte er die Möglichkeiten und Grenzen von YouTube bei Berufsorientierung und Azubi-Recruiting auf.

„Greifen Sie die Stärken von YouTube auf und informieren Sie zum Thema Ausbildung“, gab er den Ausbilderinnen und Ausbildern mit auf den Weg. Vor allem für junge Menschen, die noch überlegen, ob und welche Ausbildung sie machen sollen, und für diejenigen, die neu im Berufsleben sind, sei der Kanal eine wichtige Hilfe. Drotschmann sprach auch die Schattenseiten an. So kursierten Falschmeldungen selbst bei populären YouTubern. Auf Hasskommentare reagiert Drotschmann in der Regel nicht, sondern überlässt das den Zuschauern. „Wenn, dann reagiere ich nur mit Ironie.“ Leider stecke die Strafverfolgung hier noch in den Kinderschuhen. Angebote wie „Like a Boss“ der DIHK-Gesellschaft für berufliche Bildung seien eine gute Möglichkeit, Interessenten zu erreichen. Den Kanal gibt es seit etwa einem Jahr, er hat gut 3.000 Abonnenten. Alle 14 Tage wird hier ein neues Video veröffentlicht, zu Themen wie Bewerbung, Vorstellungsgespräch oder – nicht ganz ernst gemeint – wie man eine Betriebsfeier übersteht, ohne ins Fettnäpfchen zu treten. Aber auch das will gelernt sein.

Zitiert



Greifen Sie die Stärken von YouTube auf und informieren Sie zum Thema Ausbildung!

*Mirko Drotschmann
alias MrWissen2Go*



In die Schulen, fertig, los!



Das Portal Schülerkarriere nutzt alle Möglichkeiten des Internets

Thomas Hoppe, zugleich Jury-Mitglied von Smart School, der Schulinitiative des Digitalverbands Bitkom, und Mitbegründer des Bundesverbands für Digitale Bildung, zeigte in seinem Praxisforum Chancen auf: „Wie kann ich die Schüler heute erreichen, wie unterscheiden sie sich von den Generationen davor? Das Internet bietet beste Möglichkeiten“, sagte der Referent.

Schülerkarriere bietet als erster Anbieter in Deutschland eine Kombination aus

- digitaler Ansprache der Schüler bei der Unterstützung der Berufswahl über seine Portale und durch
- Azubi-Stellenanzeigen von Unternehmen in den naheliegenden Schulen, die die Schüler auf den Schulmonitoren, Schulservern oder in der Vertretungsplan-App erhalten und einsehen können. Über 1 Million Schüler online und etwa 4.000 Schulen mit gut 2.5 Millionen Schülern werden so bereits erreicht.

Zitiert



Wie kann ich die Schüler heute erreichen, wie unterscheiden sie sich von den Generationen davor? Das Internet bietet beste Möglichkeiten.

Thomas Hoppe
Referent



So funktioniert Social Recruiting

Über die sozialen Medien potenzielle Azubis erreichen

Eines ist klar: Das Problem am Social Recruiting sind meistens nicht die Medien – es ist das mangelnde Engagement der Unternehmen. Sie wöhnen sich immer noch im Zeitalter des „Post & Pray“. Und sie haben immer noch nicht verstanden, da ist sich der Referent Theo Grassl sicher, dass vor allem das Recruiting von Azubis in den sozialen Medien eine völlig andere Dynamik entwickelt hat.

„Wie kann ich die Sozialen Medien in mein Ausbildungsmarketing integrieren?“, fragte Theo Grassl in seinem Praxisseminar. „Social Recruiting bietet einige Möglichkeiten – und so viele Voraussetzungen muss ich dafür in meinem Unternehmen gar nicht erfüllen. Es ist aber nicht damit getan, ab und an einen Post, also einen Beitrag, zu veröffentlichen.“

Grassl sandte einen klaren Weckruf: „Eine Anzeige hier und ein bisschen Werbung da alleine reicht nicht. Wenn, dann muss ich es richtig machen, mit einer Zielsetzung, mit einem entsprechenden Budget und Ressourcen – oder ich lasse eher die Finger davon. Auf diesen einfachen Nenner lässt es sich bringen.“

„Spielt Recruiting in unserem Ausbildungsmarketing bisher eine Rolle, und wenn ja, welche?“ Diese Frage sollte sich laut Grassl jedes Unternehmen stellen. „Nach wie versuchen die meisten Schüler klassisch über Google oder die Bundesagentur für Arbeit nach einem Ausbildungsplatz. Social Recruiting ist aber durchaus ein geeignetes Instrument, wenn man es cool macht und wenn man den Jugendlichen klar sagt, warum sie einem in den Sozialen Netzwerken folgen sollen.“

Entscheidend sei der Medienmix. „Also nicht entweder/oder. Besser ist sowohl/als auch, also mit den klassischen Kanälen und gleichzeitig online.“



VR & 360°: Mehr als Spielerei



Virtuelle Betriebserkundungen: Fast besser als die Realität

Ob demografische Entwicklung oder Digitalisierung: Unternehmen jeder Größe klagen über fraprierenden Fachkräftemangel, er gilt als eine der größten Herausforderungen in der deutschen Wirtschaft. Unternehmen müssen in die Rekrutierung potenzieller Fachkräfte investieren, um Lehrstellen passgenau zu besetzen. Virtual Reality ist dabei eine innovative und vielversprechende Form der Nachwuchssicherung.

„Dein erster Tag“ ist ein digitales Berufsorientierungsangebot, das Schulen kostenfrei Betriebserkundungen zur Verfügung stellt und Schülern die Chance bietet, Berufsbilder zu erkunden. Mithilfe von 360°-Videos und VR-Brille erleben sie den ersten Tag als Azubi in einem Unternehmen und tauchen in viele unterschiedliche Berufsbilder ein. Das Angebot „Dein erster Tag“ wird inzwischen an über 2.100 Schulen in Deutschland und rund 50 Schulen in Österreich eingesetzt.

Im Rahmen des Praxisforums erhielten die Teilnehmer einen Einblick in die digitale Berufsorientierung und das Potenzial von VR-Komponenten im Recruiting. Die Referenten Annemarie Bloch und Tobias Ilg zeigten mit sechs Brillen ihre Idee und wie man die Filme zum Beispiel auf Messen für das Recruiting verwenden kann.



Onboarding #vollmotiviert

Von Anfang an die richtige Einbindung ins Unternehmen

Der Start ins Berufsleben gehört zu den größten Lebenserfahrungen. Nur: Wie schaffe ich als Ausbilderin oder Ausbilder die perfekte Motivations- und Lernbasis? Wie generiere ich von Anfang an ein Wir-Gefühl unter den Auszubildenden? Und was ist für eine erfolgreiche Planung und Umsetzung zu berücksichtigen? Am Beispiel des „AzubiCamps“ (ausgezeichnet mit dem Bayerischen Landespreis der Wirtschaftsjunioren) und ausgewählten Praxisübungen gab Alexander Schmieden Tipps aus erster Hand. „Das Onboarding sollte außerhalb des regulären Ausbildungsbetriebs stattfinden“, riet er.

Zitiert



Beim Onboarding lernen sich die Azubis wirklich und intensiv kennen und sind am Ende ein Team, das auch weit in die Ausbildungszeit hinein funktioniert.

Alexander Schmieden





Industrie- und Handelskammern
in Bayern

Impressum

Verleger und Herausgeber:

Bayerischer Industrie- und Handelskammertag (BIHK) e. V.
Dr. Eberhard Sasse und Dr. Manfred Göbl
Max-Joseph-Straße 2
80333 München
☎ 089 5116-0
@ info@bihk.de
🌐 bihk.de

Verantwortlich:

BIHK e. V. | IHK Ausbilderakademie Bayern
IHK Campus, Haus D
Orleansstraße 10–12
81669 München
🌐 ihk-ausbilder.de

Thomas Schneider, Leitung IHK Ausbilderakademie Bayern

IHK für Oberfranken Bayreuth
Bahnhofstraße 25
95444 Bayreuth
☎ 0921 886-0
🌐 bayreuth.ihk.de

Bernd Rehorz, Leiter Bereich Berufliche Bildung

Gestaltung:

Ideenmühle, Eckental

Bildnachweis:

Titel : Adobe Stock © bilderstoeckchen // S. 2, 3, 4 und 5: © IHK für Oberfranken Bayreuth by REVOCIT //
S. 5 unten: Adobe Stock © New Africa // S. 6 links: © IHK für Oberfranken Bayreuth by REVOCIT //
S. 6 unten: Adobe Stock © contrastwerkstatt // S. 7 rechts: © IHK für Oberfranken Bayreuth by REVOCIT //
S. 7 unten: Adobe Stock © New Afrika

Druck:

Oberländer GmbH & Co. KG, Bodenseestraße 18, 81421 München

Stand: Februar 2020

Alle Rechte liegen beim Herausgeber. Ein Nachdruck – auch auszugsweise – ist nur mit ausdrücklicher schriftlicher Genehmigung des Herausgebers gestattet.