

Case Study

Mittelständisches Unternehmen Azubi-Kampagne

Situation

Ein mittelständisches Unternehmen, das regional tätig ist, hat mehrere freie Ausbildungsplätze im technischen Bereich, findet aber keine geeigneten Bewerber.

In der zum Elektro- und Metallgewerbe gehörenden Branche fehlt es generell an Fachkräften, so dass das Unternehmen durch nicht besetzte Ausbildungsstellen perspektivisch zusätzlich Personalkapazitäten einbüßt. Dadurch kann das Unternehmen nur eingeschränkt expandieren.

Aufgabe

Erarbeiten eines Konzepts, um die Bekanntheit des Unternehmens generell und als Arbeitgebermarke zu stärken. Dabei besondere Fokussierung auf das Ausbildungsangebot im Technikbereich. Neben Inseraten in regionalen Stellenbörsen auch Positionierung über die regionalen Medien wie Radio, Fernsehen, Internet und Zeitungen. Einsatz von Social Media für das Thema Auszubildende im generellen und im Kontext technischer Berufe.

Umsetzung

Nutzung von Stellenbörsen, insbesondere bei den Handwerkskammern und IHKs der Region, die Ausbildungsangebote veröffentlichen.

Teilnahme an regionalen Veranstaltungen wie Azubi-Speed-Datings oder Ausbildungsmessen, um die Bekanntheit des Unternehmens zu erhöhen und als Hotspots für Kontakte zu potentiellen Auszubildenden zu nutzen.

Erstellung einer Facebook-Seite für Azubis. Platzierung von aktuellen Informationen über den Arbeitsalltag der Auszubildenden im Unternehmen. Direkte Austauschmöglichkeiten mit den Auszubildenden des Unternehmens anbieten.

Regionale Pressearbeit.

Ergebnis

Das Unternehmen steigert sein positives Image generell und baut sich als regionale Arbeitgebermarke auf. Darüber hinaus wird es insbesondere als Ausbildungsbetrieb wahrgenommen.