

# Print gewinnt mit Höchstwerten



## Der Ausbildungsmarkt heute.

Die neusten Zahlen einer Studie der Apo-Bank (2018) spiegeln wider, was Sie als Ausbildungsanbieter vermutlich längst bemerkt haben: Das Angebot an Ausbildungsstellen ist größer als die Nachfrage. Tausende von Lehrstellen blieben auch letztes Jahr unbesetzt. Dabei hätten Sie dem potentiellen Betriebsnachwuchs Ihrer Region nicht nur einiges zu bieten, sondern wären dringend auf zukünftige Fachkräfte angewiesen.

## Was Sie nicht ändern, aber nutzen können.

Online-Portale: Die Suche über Google steht für über die Hälfte aller Schülerinnen und Schüler an oberster Stelle. Deutlich darunter liegt mit gut einem Drittel die Jobbörse der Agentur für Arbeit. **Klassische Portale, die zu Berufsinformationen und Ausbildungsmöglichkeiten genutzt werden, haben mit einem Viertel und einigem darunter kaum nennenswerte Ergebnisse** (siehe Grafik auf der Rückseite).

*Was liegt näher, als antizyklisch vorzugehen, um bei den Jugendlichen aufzufallen?*

## Woraus Sie einen Vorteil ziehen können.

Persönlicher Kontakt: Dass dieser im Ausbildungsmarketing sehr erfolgreich ist, beweist die neuste Studie ebenfalls. Denn zwei Drittel der Schülerinnen und Schüler möchten über Veranstaltungen, die direkt in der Schule abgehalten werden, auf ihre zukünftigen Ausbilder treffen. Überraschend ist, dass Unternehmensvertreter als Austauschpartner einen höheren Stellenwert haben als Lehrpersonen.

*Was liegt näher, als mit einer Schulpatenschaft neutral und direkt in die Schule zu gelangen?*



## Was Sie vielleicht nicht gedacht haben.

Indirekte Kommunikation: Die Befragung hat gezeigt, dass für Schülerinnen und Schüler Printangebote besonders wichtig sind. Knapp die Hälfte von ihnen möchte Broschüren von Arbeitgebern erhalten und rund 40% sehen einen Informationskanal über Printmedien, die sie in der Schule erhalten. Auch hier überrascht, dass knapp ein Drittel der jungen Leute seinen Ausbildungsbetrieb über die Tageszeitung finden möchte.

*Was liegt näher, als Ihr Ausbildungsangebot in einem Printmedium zu platzieren?*

Klassische Online-Portale:

12%

Printmedien und Broschüren:

44,5%

Fazit: Die Beachtung von Printmedien (vor allem in den Schulen) ist weitaus größer als erwartet.

## Es zeigt sich.

Somit geht deutlich hervor, dass es nicht **das** Medium oder **den** Kanal gibt, über den Sie Ihren potentiellen Betriebsnachwuchs erreichen können. Sie werden nur erfolgreich sein, wenn Sie für Ihr Nachwuchsmarketing einen crossmedialen Mix wählen. Printmedien sind nicht vorbei, wie gerne behauptet wird, und Onlinemedien sind nicht die Lösung aller Probleme.

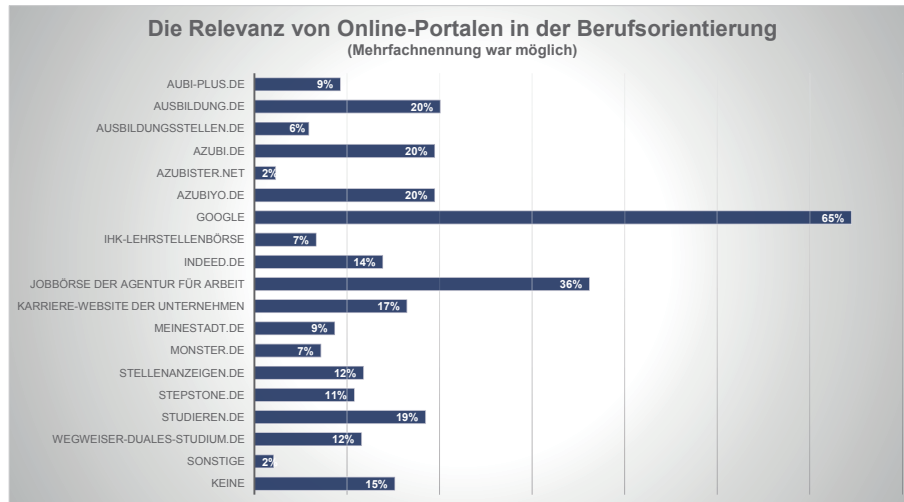
**Beachten Sie unsere Angebote. Wir freuen uns auf Sie!**



# Die Fakten belegen es



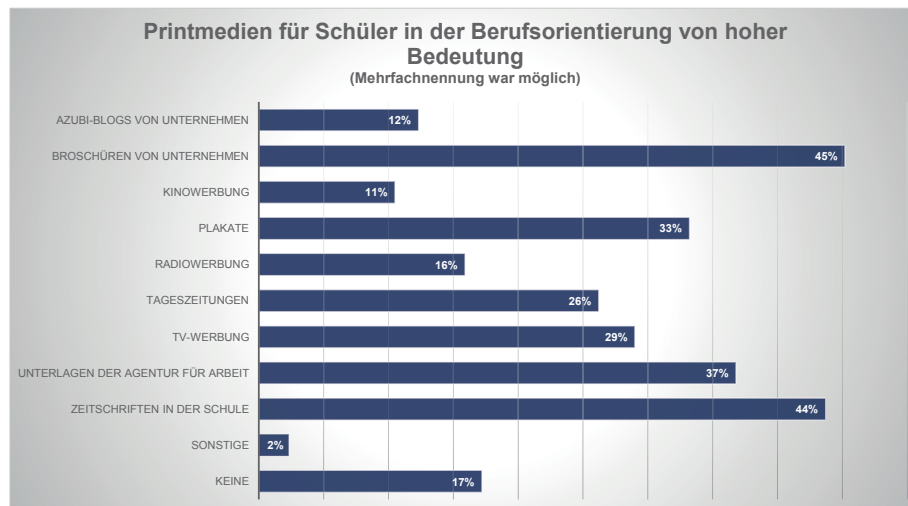
## Durchschnittliche Relevanz klassischer Online-Portale\*: 12 %.



\*Ohne Google und Agentur für Arbeit.  
Studienergebnisse – Schülerbefragung 2018

12

## Durchschnittliche Relevanz von Printmedien: 44,5 %!



Studienergebnisse – Schülerbefragung 2018

14

Hier gelangen Sie zur vollständigen Studie:

<http://newsroom.apobank.de/documents/studienergebnisse-schuelerbefragung-2018-82070>

(Quellen: BIBB, deutsche Apotheker- und Ärztebank).

**AMACHER-JOBMEDIA**

Berufskunde-Verlag der Alfred Amacher GmbH  
Küssaburgstraße 20 | D-79801 Hohentengen-Bergöschingen  
Tel. +49 77 42/47 33 | Fax +49 77 42/47 43  
info@berufskunde.de | www.berufskunde.de