



Faktenheft des Landesbauernverbandes Brandenburg



Azubi aufs Land - Marketing für grüne Berufe

Ausbildungsmarketing
kompakt inkl. Checklisten
und Leitfäden



Inhalt

Auszubildende sind Chefsache/ Vorwort	Seite 3-5
Über das Projekt	Seite 6-8
Unsere Einzeltrainings	Seite 9-14
Checklisten und Leitfäden	Seite 15-32
Einblicke in die Workshops	Seite 33-35
Wissenswertes zum Videodreh	Seite 36
Social Media Tipps	Seite 39
Zusatzinformationen	Seite 40
Aus dem Blick einer Berufsberaterin	Seite 41
Quellen und Impressum	Seite 43

Hinweis: Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern in dieser Sonderausgabe die männliche Form verwendet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter und beinhalten keine Wertung.

Auszubildende sind Chefsache

Mit einer klassischen Ausbildungsplatzanzeige in der Lokalpresse ist es heutzutage in Sachen Ausbildung lange nicht mehr getan.

Ausbildungsbetriebe müssen junge Menschen dort abholen, wo sie unterwegs sind - und ihre Eltern am besten gleich mit. Hierzu zählen die sozialen Medien Instagram, YouTube, TikTok und Facebook. Wichtig sind die Form und Sprache, welche die Zielgruppe mag und versteht.

Nur Mut, der Bauernverband hilft Ihnen mit Informationen und Schulungsangeboten. Vielleicht gibt es junge Mitarbeiter in Ihren Reihen, die gern einen Videoclip erstellen oder eine Story posten, in der sie zeigen, wie spannend unser Berufsfeld ist.

Auszubildende sind nicht nur die Zukunft Ihres Betriebes, sie sind auch authentische Aushängeschilder und wichtige Werbebotschafter für unseren Berufsstand.

Sind sie zufrieden mit Ihnen als Arbeitgeber, erzählen sie es weiter. Helfen Sie ihnen, sich zu Vorbildern und Identifikationsfiguren für andere junge Menschen entwickeln zu können. Unterstützen Sie sie dabei, ihre Stärken und Talente zu entdecken, an Schwächen zu arbeiten und zu Persönlichkeiten heranzureifen, die in ihrer Ausbildungszeit nicht nur Fachwissen, sondern neben sozialen Kompetenzen auch wertvolle Lebenserfahrung sammeln. Binden Sie auch Ihre erfahrenen Mitarbeiter als Mentoren und Ratgeber ein.

Aus eigener Erfahrung kann ich sagen: Machen Sie gemeinsam mit Ihrem Team die Azubisuche und – pflege in Ihrem Betrieb zur Chefsache.

Sie werden sehen, es lohnt sich!

Heiko Terno
(Vorsitzender BVLB)





Weil es um Ihre Nachfolge und die Zukunft Ihres Unternehmens geht!

Heute schon an morgen gedacht? Oder noch besser an die Zukunft?

Heutzutage ist gerade für kleine und mittelständische Landwirtschaftsbetriebe die Suche nach Auszubildenden ein schwieriges Unterfangen. Viele von Ihnen sind qualifizierte Ausbilder und in einem Ausbildungsbetrieb tätig. Deshalb nutzen Sie bereits jetzt schon die Zeit, um gutes, fachliches und qualifiziertes Personal auszubilden und so Ihr Wissen weiterzugeben.

Immer wieder kommt in diesem Zusammenhang die Frage auf, wo man interessierte, für die Landwirtschaft begeisterte Jugendliche finden kann?

Am besten da, wo die Jugend heutzutage unterwegs ist - auf Social Media Kanälen. Machen Sie sich und ihr Unternehmen interessant und schalten Sie z.B. Anzeigen auf Instagram, Facebook und Co.. Überprüfen Sie Ihre Webseite, drehen Sie kleine, kurze realistische Videos über Ihren Betrieb, sowie zu den angebotenen Ausbildungsberufen, die man im Nachgang vielleicht sogar auf YouTube finden kann.

Ich weiß, dass alles dauert und benötigt Zeit, aber es ist am Ende die Zeit, die Sie in die Zukunft des Betriebes stecken!

Es lohnt sich!

Susann Hecht
LBV -Projektkoordinatorin



Ein vielversprechender Weg

Das Job-Starter-Plus Projekt „Azubi aufs Land- Marketing für grüne Berufe“ hat uns aufgezeigt, wie junge Leute „ticken“.

Es wies unseren Ausbildungsbetrieben Wege auf, wie mit den Möglichkeiten der neuen Medien Jugendliche für die zukünftigen Herausforderungen in der Landwirtschaft begeistert und möglichst auch gewonnen werden können.

Moderne Informations- und Kommunikationswege können somit ein vielversprechender Weg hin zu einer innovativen Landwirtschaft mit zukunftsorientierten Landwirten sein.

Silvia Fuchs
(Geschäftsführerin TF)



Nicht entmutigen lassen

Der Fachkräftebedarf in der gesamten Wirtschaft ist riesig und die vergleichsweise geringe Zahl von Schulabsolventen wird intensiv umworben; von allen Branchen, Branchen, die zum Teil mit hohen Vergütungen locken.

Dieser Umstand sollte Ausbildungsinteressierten landwirtschaftlicher Unternehmen nicht entmutigen.

Punkten Sie stattdessen mit authentischen Attributen fern ab des Mainstreams und sprechen Sie Ihre Zielgruppe direkt dort an, wo diese ohnehin unterwegs ist: in den sozialen Medien.

Und vor allem, lassen Sie sich dabei beraten. Das JOBSTARTER plus - Projekt des LBV Brandenburg bietet hierfür beste Möglichkeiten.

Dr. Tino Erstling
(Geschäftsführer PM)





Über das Projekt

Das JOBSTARTER plus - Projekt „Azubi aufs Land – Marketing für grüne Berufe“ transferiert erprobte Instrumente und Methoden von dem ehemaligen JOBSTARTER plus - Projekt „DUAL - das PASST!“.

Seit dem Start im Juli 2022 war die Vision, dass nach Beendigung des Projektes Unternehmen in grünen Berufen in Brandenburg attraktiver und sichtbarer auf dem Arbeitnehmermarkt für potenzielle Auszubildende sind!

Was heißt das jetzt genau? Das Projektteam, bestehend aus Susann Hecht (Landesbauernverband Brandenburg e.V.), Stephanie Scholz und Mathias Vandam (IHK-Projektgesellschaft mbH), hat in den letzten Monaten einige Unternehmen auf diesem Weg unterstützen können.

Neben kostenfreien Workshops zum Thema Ausbildungsmarketing und Videodreh wurden Werbematerialien und Webseiten für eine bessere Sichtbarkeit erstellt. Ebenso wurden mehrere Unternehmen fit im Bereich Social Media gemacht. Ein weiterer Höhepunkt waren individuelle Videodrehs. Die Betriebe wurden vom Brainstorming der Videoinhalte bis zum Schnitt unterwiesen und können zukünftig selbstständig realistische Videos ihrer Unternehmen mit dem Handy drehen.





Vorstellung Projektteam

*Zusammen sind wir das JOBSTARTER plus - Projektteam
"Azubi aufs Land - Marketing für grüne Berufe".*



Projektleitung - Stephanie Scholz
IHK-Projektgesellschaft mbH

Projektkoordinatorin - Susann Hecht
Landesbauernverband Brandenburg e.V



Projektmitarbeiter - Mathias Vandam
IHK-Projektgesellschaft mbH



Vorstellung Verbundpartner

Landesbauernverband Brandenburg e.V.

Der Landesbauernverband Brandenburg e. V. ist die berufsständische Vereinigung der Landwirtschaft in Brandenburg. In unseren dreizehn Kreis- und Regionalbauernverbänden, die alle Landkreise abdecken, sind über 1.300 Betriebe organisiert. Diese bewirtschaften mehr als die Hälfte der in Brandenburg bestehenden landwirtschaftlichen Nutzfläche.

Der LBV engagiert sich seit seiner Gründung intensiv in der Berufsausbildung.

So konnten mit seiner Hilfe in allen Regionen Brandenburgs Ausbildungsnetzwerke etabliert werden.

Aufgrund seines hohen Organisationsgrads von Ausbildungsbetrieben ist der LBV in der Lage eine Vielzahl von Ausbildern, aber auch Auszubildenden direkt ansprechen zu können. Auch ist die Präsenz in der gesamten Fläche des Landes Brandenburgs mit wenigen berufsständischen Vereinigungen oder anderen Institutionen zu vergleichen.

IHK-Projektgesellschaft mbH

Die IHK-Projektgesellschaft mbH ist ein 100%iges Tochterunternehmen der IHK Ostbrandenburg und Träger des IHK-Bildungszentrums.

Somit ist sie verantwortlich für die berufliche Aus- und Weiterbildung in der Region Ostbrandenburg. Zum Angebotsportfolio des IHK-Bildungszentrums gehören Vorbereitungslehrgänge der höheren Berufsbildung, der Ausbilderqualifizierung und Weiterbildung sowie Angebote für Auszubildende in Form von Prüfungsvorbereitungen, Zusatzqualifizierungen, Auslandsaufenthalten und –qualifizierungen. Durch Projekte werden seit 1993 kleine- und mittlere Unternehmen (KMU) bei der Fachkräfteentwicklung und –sicherung oder der Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit unterstützt.



Gewinnspiel - Einzeltraining

Drei an der Zahl!

Das Ziel vom Einzeltraining war es, gemeinsam mit den drei Gewinnern beim Eins zu Eins Coaching betriebsindividuell die von uns erstellte Broschüre "Checklisten und Leitfäden für ein erfolgreiches Ausbildungsmarketing" durchzugehen.

Des Weiteren verhalfen wir den Unternehmen mittels Videodreh, Websiteerstellung, Erstellung Werbematerialien zu mehr Sichtbarkeit sowohl für potenzielle Auszubildende und Arbeitnehmer, als auch für die gesamte Öffentlichkeit!

Um möglichst vielen Betrieben die Chance zu geben, an einem Einzeltraining teilnehmen zu können, gestalteten wir ein Gewinnspiel und veröffentlichten dieses auf mehreren Wegen!

Am 19. Februar 2022 wurden die Gewinner gezogen.



*Der Hauptgeschäftsführer des LBV e.V. Brandenburg
Denny Tumlirsch zog die Gewinner!*





Immer greifbar!

Mit innovativen Ideen und dem passenden Know-how unterstützte uns das Team vom JOBSTARTER plus - Projekt bei der Gestaltung eines Flyers für potentielle Azubi!

Bei Fragen und Anliegen waren sie fast rund um die Uhr zu erreichen und somit immer greifbar.

Der Workshop "Videodreh" war so gestaltet, dass auch wir in Zukunft mit relativ einfachen Mitteln kurze, realistische und aktuelle Videos per Handy aufnehmen, bearbeiten und teilen können!





Komm in unser
Kuhles Team

Wir bilden aus...



LANDWIRT

m/w/d



TIERWIRT

m/w/d



**LAND- UND
BAUMASCHINEN
MECHATRIKER**

m/w/d

Du liebst die Arbeit auf dem Land?

...werde Teil unseres Teams!

Bauerngesellschaft Ziltendorfer Niederung GbR

- 110 Mitarbeiter
- 4.200 ha landwirtschaftliche Nutzfläche
- 2.800 Kühe
- 3 Biogasanlagen



05-2022



Bauerngesellschaft
Ziltendorfer Niederung GbR



Interesse geweckt?
Komm und schnupper rein!



Dein Profil:

- DU liebst die Arbeit auf dem Land
- DU magst Tiere und Technik
- DU bist zuverlässig, pünktlich und flexibel

Wir bieten Dir:

- eine Ausbildung im modernen landwirtschaftlichen Unternehmen
- eine Unterkunft
- die Chance zur Übernahme im Betrieb

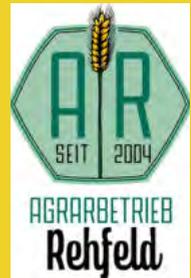
**Wir freuen uns auf Deine
Bewerbung!**



Bauerngesellschaft Ziltendorfer Niederung GbR
Hauptstr.1c
15295 Wiesenau
verwaltung@bauerngesellschaft.de

Mehr Infos:

Tel.: 033609-283
www.bauerngesellschaft.de



Wir sind online!

Auf ihre lockere und freundliche Art hat uns das Projektteam von der IHK PG und LbV e.V. an die Basics des Online-Marketings herangeführt.

Wir beschäftigten uns mit unserer Zielgruppe, den angehenden Auszubildenden in der Landwirtschaft und erstellten ein maßgeschneidertes Marketingkonzept.

Mit professioneller Unterstützung erreichen wir nun durch unsere Website, Instagram-Seite und Video mehr Sichtbarkeit auf dem Ausbildungsmarkt.

Besonders stolz sind wir auf unsere neu veröffentlichte Website, mit der wir den Grundstein für viele zukünftige Marketingprojekte gelegt haben.

Schaut's vorbei!





05-2022



Wir haben ein Einzeltraining gewonnen!

Durch Glück in einem Gewinnspiel sind wir zu dem JOBSTARTER plus- Projekt „Azubi aufs Land – Marketing für grüne Berufe“ gekommen.

Ziel des Projektes war es, unser Unternehmen für die Öffentlichkeit besser sichtbar zu machen und Azubi auch in deren Medien abholen zu können.

Nach anfänglicher Skepsis wurde uns schnell klar, dass eine Internetpräsenz auch für kleine Unternehmen jede Menge Vorteile mit sich bringt. Ob zur Gewinnung von Azubi oder regulären Arbeitskräften, mit der aktuellen Unternehmensdarstellung im Internet erreichen wir jetzt mehr Menschen und haben sogar eine Möglichkeit bekommen, der breiten Öffentlichkeit unsere Arbeit näher zu bringen.

Für diesen Anreiz und die tatkräftige Unterstützung bei der Umsetzung sagen wir

Danke!





MUT

ZU NEUEN
WEGEN!

Checklisten und Leitfäden
für ein erfolgreiches Ausbildungsmarketing



Checklisten - Schritt für Schritt zum erfolgreichen Ausbildungsbetrieb

Phase I - Vorbereitung

Eignung Ihres Betriebes

- Die zuständige Stelle (LELF – Landesamt für Ländliche Entwicklung, Landwirtschaft und Flurneuordnung, mit Sitz in Ruhlsdorf/Teltow) hat die Eignung als Ausbildungsbetrieb bestätigt:

Ihr Kontakt: Dr. Gernod Bilke

Referatsleiter Abteilung Landwirtschaft – Referat Berufliche Bildung

Tel.: 03328 436-204 / gernod.bilke@lelf.brandenburg.de

- Ein geeigneter Ausbilder muss benannt werden. Dieser muss persönlich und fachlich geeignet sein und eine Ausbildereignungsprüfung (AdA) bestanden haben.
- Können alle Ausbildungsinhalte im eigenen Unternehmen vermittelt werden? Wenn nicht, besteht die Möglichkeit der Kooperation mit anderen Betrieben.

Inhalte des Ausbildungsberufes

- Sie sind mit den Inhalten des Ausbildungsberufes vertraut.
- Die Ausbildungsordnung für den Ausbildungsberuf liegt vor.
- Die „sachliche und zeitliche Gliederung“ (Ausbildungsplan) ist erstellt.
- Prüfungsanforderungen und Zulassungsvoraussetzungen sind bekannt.
- Der Turnusplan für die Ausbildung in der Berufsschule ist bekannt.

Zielgruppe bestimmen

- Welche fachlichen, sozialen und persönlichen Fähigkeiten sollen zukünftige Auszubildende mitbringen?
- Welchen Schulabschluss soll er/sie haben?
- Wollen Sie auch die Eltern ansprechen?



Phase II - Bewerbergewinnung

Ihr Ausbildungsplatzangebot

- Die Gestaltung Ihres Angebotes ist zielgruppengerecht.
- Es besteht der Kontakt zu Ihrem regionalen Arbeitgeber-Service der Agentur für Arbeit. Freie Ausbildungsplätze sind gemeldet.
- Verschiedene Lehrstellenbörsen werden genutzt, u.a. die IHK-Lehrstellenbörse, ausbildungsstellen.de, Fachkräfteportal Brandenburg, Bildungsserver Agrar, greenjobs.de, LUIS Brandenburg.
- Ihr Angebot wird in 70 Schulen auf dem Digitalen Schwarzen Brett der IHK Ostbrandenburg präsentiert.
- Ihr Unternehmen wird als Ausbildungsbetrieb öffentlich wahrgenommen, z. B. über die Stellenausschreibung auf der Website des Unternehmens oder in den Social-Media Kanälen.

Der persönliche Kontakt zu Bewerbern

- Teilnahme an Berufsorientierungsmessen in der Region.
- Teilnahme an Last-Minute-Lehrstellenbörsen der IHK, HWK und der Agentur für Arbeit (Juli).
- Tag der offenen Tür im eigenen Unternehmen.
- Zusammenarbeit mit Schulen in der Region (Kontakt über „Schule sucht Partner“ der (IHK).
- Angebot von Schülerpraktika.

Den geeigneten Azubi auswählen

- Bewerbungen sichten und Vorauswahl treffen.
- Zu Vorstellungsgesprächen einladen, diese vorbereiten, durchführen und nachbereiten.
- Gegebenenfalls Probearbeit/Praktikum im Betrieb anbieten und organisieren.
- Entscheidung für einen Bewerber treffen – möglichst zeitnah.
- Abgelehnte Bewerber rechtzeitig informieren und Bewerbungsunterlagen zurücksenden.
- Generell gilt: Bewerber in der Informationsschleife halten und mitteilen, wann und wie die nächsten Schritte im Bewerbungsprozess aussehen.



Phase III - Vertragsabschluss

- Ausbildungsvertrag schriftlich abschließen, ggf. Unterschrift von den Erziehungsberechtigten.
- Stellen Sie einen Antrag auf Eintragung in das Verzeichnis der Berufsausbildungsverhältnisse (zuständige Stelle).
- Anmeldung bei der Berufsschule.
- Melden Sie den Azubi bei der Sozialversicherung.
- Kontakt zwischen Vertragsabschluss und Beginn der Ausbildung halten.

Phase IV - Der erste Ausbildungstag/die erste Ausbildungswoche

- Dafür Sorge tragen, dass der Ausbilder vor Ort ist.
- Einen freundlichen Empfang bereiten (z.B. Frühstück).
- Erläutern Sie während eines Betriebsrundgangs die wichtigsten Dinge, auch zum Daten- und Umweltschutz.
- Stellen Sie wichtige Ansprechpartner vor.
- Dokumentieren Sie die Belehrung über Unfall- und Gesundheitsgefahren und lassen Sie sich das Dokument unterschreiben.
- Den Auszubildenden an seinem Arbeitsplatz einweisen und Ausbildungsmittel übergeben.
- Erläutern Sie den Ausbildungsablauf mit Hilfe des Ausbildungsplans.
- Vereinbaren Sie regelmäßige Gespräche zum Ausbildungsverlauf.
- Berichtsheft (Ausbildungsnachweis) übergeben und erklären, wie das Heft zu führen ist.
- Turnusplan für den Berufsschulunterricht aushändigen und ggf. Termine und Ort für überbetriebliche Ergänzungsmaßnahmen wie Sprachkurse oder firmenspezifische Weiterbildungen mitteilen.
- Sofern möglich, Auszubildenden mit seinem „Mentor“/„Paten“ bekannt machen, der ihm in den ersten Wochen der Ausbildung zur Seite steht.
- Über Unterstützungsinstrumente informieren, wie Berufsausbildungsbeihilfe (BAB), Wohngeld oder Fahrtkostenzuschuss als finanzielle Hilfen; AsAflex, ReZA, Einstiegsqualifikationen (EQ), ausbildungsbegleitende Hilfen (abH) bei Leistungsschwächen.



Der erste Ausbildungstag

Bereiten Sie dem Azubi einen freundlichen Empfang!

Übergeben Sie Ihrem Azubi die passende Arbeitsschutzbekleidung.

Nehmen Sie sich viel Zeit für diesen Tag! (ohne Folgetermin)

Tragen Sie Sorge, dass der Ausbilder vor Ort ist

Vereinbaren Sie regelmäßige Besprechungstermine!

Der erste Eindruck ist der WICHTIGSTE!



Checkliste - Ausbildungsbotschaften

Sie können zunächst bewerten, inwieweit diese Botschaften für Ihr Unternehmen zutreffen und bereits von Ihnen kommuniziert werden. Ergänzen Sie die Botschaften ggf. um eigene. Tragen Sie bitte jeweils die Zielgruppe ein, an die sich die Botschaft richtet. Markieren Sie abschließend in der letzten Spalte Ihre drei Top-Botschaften, durch die Sie sich als Ausbildungsbetrieb möglichst von anderen Ausbildungsbetrieben abheben.

Die Botschaften können anhand der folgenden Skala bewertet werden:

0 Die Aussage trifft nicht auf

1 Die Aussage trifft eher nicht auf unser Unternehmen zu.

2 Die Aussage trifft eher auf unser Unternehmen zu.

3 Die Aussage trifft vollständig auf unser Unternehmen zu.

Botschaften für das Ausbildungsmarketing

0 1 2 3 Top 3

Fürsorge: „Wir stehen 365 Tage im Jahr für unsere Tiere auf!“

Zielgruppe der Botschaft:

Stolz: „Das Arbeiten mit und in der Natur gehört zu unseren täglichen Aufgaben. Egal bei welchem Wetter!“

Zielgruppe der Botschaft:

Regionalität: „Wir tragen unseren Teil zur Regionalität und Versorgung der Gesellschaft bei.“

Zielgruppe der Botschaft:

Digitalisierung: „Es gibt nur wenige Branchen, die in der Digitalisierung so weit fortgeschritten sind, wie in der Landwirtschaft.“

Zielgruppe der Botschaft:

Gesellschaft: „Wir schaffen Werte, wir schaffen Kulturlandschaften und dadurch Erholungsräume.“

Zielgruppe der Botschaft:

Wirtschaft: „Die Erzeugung regionaler Lebensmittel für faire Preise, für mehr Wertschätzung, für eine ausgeglichene sowie gesunde Ernährung.“

Zielgruppe der Botschaft:



Ihre Ausbildungsbotschaften

„Wir arbeiten
mit Liebe und
Leidenschaft!“

Klar,
verständlich

„Wir sehen
täglich, was wir
schaffen und
wie es
heranwächst!“

positiv

„Die Landwirtschaft
ist interessant,
vielfältig und
abwechslungsreich!“

„Wir ernähren
die Gesellschaft!
Mensch, Tier und
Pflanze!“

glaubwürdig

„Essen und
Trinken muss
jeder!“

Landwirt der wichtigste Beruf der Welt!



Checkliste - Erfolgsfaktoren Ausbildungsmarketing

Für die Betrachtung der Erfolgsfaktoren können Sie zunächst anhand von Aussagen den Erfüllungsgrad einschätzen. Unterhalb dieser quantitativen Einschätzung können Sie eine qualitative Statusbetrachtung vornehmen. Leiten Sie im letzten Schritt resultierende Maßnahmen zur Verbesserung ab.

Der Erfüllungsgrad der Erfolgsfaktoren kann anhand der folgenden Skala bewertet werden:

- 0 nicht berücksichtigt/umgesetzt
- 1 in geringem Maß berücksichtigt/umgesetzt
- 2 in hohem Maß berücksichtigt/umgesetzt
- 3 vollständig berücksichtigt/umgesetzt

0 1 2 3

1. Wir haben die eigenen Stärken (insbesondere Alleinstellungsmerkmale) und Schwächen als Ausbildungsbetrieb analysiert und aufgearbeitet!

Unsere Stärken:

Unsere Schwächen:

Resultierende Maßnahmen:

0 1 2 3

2. In unserem Unternehmen existiert ein Gesamtkonzept und aufeinander abgestimmte Maßnahmen zum Ausbildungsmarketing!

Kurzbeschreibung Status:

Resultierende Maßnahmen:

0 1 2 3

3. Wir haben ausreichend Zeit sowie ein finanzielles Budget für die Umsetzung der Maßnahmen zum Ausbildungsmarketing festgelegt?

Unser Finanzbudget:

Unser personelles Budget:

Resultierende Maßnahmen:



0 1 2 3

4. Die Maßnahmen zum Ausbildungsmarketing passen inhaltlich, zeitlich und finanziell zu unserem Unternehmen!

Maßnahmen, die besonders passfähig sind:

Maßnahmen, die eher weniger passfähig sind:

Resultierende Maßnahmen:

0 1 2 3

5. Unsere Maßnahmen zum Ausbildungsmarketing haben einen besonderen Überraschungseffekt bei der Zielgruppe!

Was sind schon vorhandene Überraschungseffekte:

Welche Überraschungseffekte sind denkbar:

Resultierende Maßnahmen:

0 1 2 3

6. Unsere Maßnahmen zum Ausbildungsmarketing haben Alleinstellungsmerkmale und heben sich von unseren Wettbewerbern deutlich ab!

Was sind spezielle Alleinstellungsmerkmale (Inhalte, Eigenschaften der Maßnahmen):

Resultierende Maßnahmen:

0 1 2 3

7. Wir sprechen die Zielgruppen unseres Ausbildungsmarketings spezifisch an (z. B. „DU-Sprache“, Nutzung Social Media)!

Kurzbeschreibung des Status:

Resultierende Maßnahmen:

0 1 2 3

8. Unsere Maßnahmen zum Ausbildungsmarketing sind auf unsere Region und auf unsere Branche zugeschnitten!?

Wie erfolgt der Zuschnitt der Maßnahmen auf die Branche bzw. die Region:

Resultierende Maßnahmen:



0 1 2 3

9. Wir beziehen unsere Auszubildenden aktiv in die Marketingmaßnahmen ein!

Art der gegenwärtigen Einbeziehung:

Welche Einbeziehung ist noch denkbar:

Resultierende Maßnahmen:

10. Unser spezifischer Erfolgsfaktor 1

11. Unser spezifischer Erfolgsfaktor 2



Check - Ausbildungsqualität

Gerade in der Ausbildung ist es als Ausbilder*in und Auszubildende von Bedeutung, Qualitätsbeauftragter seiner Ausbildung zu sein. Anhand dieses Selbstchecks können Sie sich bewusst werden, in welchem Ausmaß Ihre Auszubildenden ihre Ausbildung einerseits mitgestalten und andererseits auch beeinflussen können. Dieser ausgewählte Phrasenkatalog orientiert sich an den Kriterien der Ausbildungssexzellenz der IHK Berlin und an den grundlegenden Bedarfsindikatoren der betrieblichen Weiterbildung. Lesen Sie sich die Sätze in Ruhe durch und überlegen Sie, welche Aussagen auf Sie und Ihre Auszubildenden zutreffen.

Wichtig ist: bei diesem Selbstcheck gibt es kein „Richtig“ und kein „Falsch“!

Bitte kreuzen Sie wie folgt an:



Trifft nicht zu



Trifft teilweise zu



Trifft zu

Organisieren / Arbeitsorganisation

Meine Auszubildenden sind in der Lage die Arbeitsaufträge zeitlich gut zu strukturieren.			
Meine Auszubildenden können die Aufgaben selbst einteilen und nach Priorität ordnen.			
Zu Beginn des Arbeitstages verschaffen sich meine Auszubildenden einen Überblick über die anstehenden Aufgaben.			
Meine Auszubildenden wissen, wie sie die Aufgaben methodisch richtig erledigen sollen.			
Meine Auszubildenden haben die Möglichkeiten, das eigene Wissen zu erweitern und neue Techniken zu erlernen.			



05-2022

Meine Auszubildenden sind in der Lage die Aufgaben eigenständig über einen gewissen Zeitraum zu planen.			
Wenn meine Auszubildenden vor einer Herausforderung stehen, ist bekannt, wer für welchen Bereich im Unternehmen verantwortlich ist und wo es Hilfe gibt.			

Notizen:

Reflektieren / Führung

Meine Auszubildenden sind in der Lage die Aufgaben eigenständig über einen gewissen Zeitraum zu planen.			
Meine Auszubildenden haben die Möglichkeit mit anderen Unternehmen, im Zuge der Verbundausbildung, zu kooperieren. Das gilt bei nicht vermittelbaren Lerninhalten im Betrieb.			
Meine Auszubildenden haben die Möglichkeit mitzuentcheiden, in welchem Bereich er/sie als nächstes eingesetzt werden möchte.			
Meine Auszubildenden möchten ein (Auslands-) Praktikum machen und äußern frei ihr Wunsch.			

Notizen:



Kommunizieren / Kommunikation

Meine Auszubildenden kennen die Ansprechpersonen im Unternehmen.			
Meine Auszubildenden führen regelmäßig Gespräche mit den Ansprechpersonen im Unternehmen, um Ideen oder auftretende Probleme zu besprechen.			
Das Unternehmen übernimmt für die Auszubildenden sämtliche Kosten bezüglich der Berufsschule.			
Meine Auszubildenden haben die Möglichkeit Kompetenzen zu erweitern, um in laufende Projekte integriert zu werden.			
Meine Auszubildenden haben die Möglichkeit ihre zukünftige Karriere gemeinsam zu einem angemessenen Zeitpunkt mit dem Unternehmen zu planen.			
Wir geben den Auszubildenden Denkanstöße bezüglich Studiengängen und Weiterbildungsmöglichkeiten.			

Notizen:



Mitbestimmen / Wissensweitergabe

Meine Auszubildenden werden für den Besuch der Berufsschule von der Arbeit freigestellt.			
Es wird darauf geachtet, dass die Arbeitszeiten im Unternehmen gemäß der Bestimmungen des Arbeitszeitgesetzes bzw. des Tarifvertrags gestaltet sind.			
Meine Auszubildenden kennen den betrieblichen Ausbildungsplan und nutzen ihn als Hilfsmittel, um den aktuellen Wissensstand während der Ausbildung zu überprüfen.			
Wenn meinen Auszubildenden mittels betrieblichen Ausbildungsplans Wissenslücken auffallen, versuchen wir als Unternehmen diese mit Hilfe der jeweiligen Ansprechpartnern im Unternehmen zu schließen.			
Meine Auszubildenden führen die Ausbildungsnachweise (Berichtsheft) regelmäßig.			
Meine Auszubildenden wissen, wie sich die Ausbildungsvergütung zusammensetzt und (ggf.) welche Sozialleistungen davon abgehen.			

Notizen:



Mitdenken - Eigenverantwortliches Handeln

Wir nutzen die Ausbildungsnachweise (das Berichtsheft), um besser nachzuvollziehen, was meine Auszubildenden gelernt bzw. gearbeitet/geleistet haben.			
Wir bieten dem Auszubildenden Zusatzqualifikationen.			
Wir sind uns bewusst, dass die Ausbildung für die persönliche Entwicklung des Auszubildenden förderlich ist.			
Uns ist bewusst, welche Schwächen unsere Auszubildenden innerhalb der Ausbildung haben.			
Uns ist klar, wie unsere Auszubildenden mit diesen Schwächen umgehen können.			
Uns ist die Rolle der Auszubildenden in unserem Ausbildungsbetrieb bewusst.			

Notizen:



Landwirtschaftliche Kenntnisse

Meine Auszubildenden haben folgende Kenntnisse:			
... Fertigkeiten und Fähigkeiten in der Pflanzenproduktion			
... Fertigkeiten und Fähigkeiten im Umgang mit Tieren			
... Fertigkeiten und Fähigkeiten im Umgang mit landwirtschaftlicher Technik und Maschinen			
... Arbeitsschutzmaßnahmen			
... Cross Compliance			
... Tierschutzgesetz			
... Tierschutznutztierhaltungsverordnung			
... Tierschutz-Transportverordnung			
... Futtermittel-Hygiene Verordnung			
... Sachkunde Schädner			
... Pflanzenschutz-Anwendungsverordnung			

Notizen:



Untersuchen / Prozesswissen

Meine Auszubildenden wissen, welche Kompetenzen sie haben und diese einsetzen können.			
Meine Auszubildenden sind sich bewusst, wie das gelernte Wissen auch im Alltag sinnvoll nutzbar ist.			
Die Ausbildung deckt Themen ab, die den Auszubildenden interessieren.			
Meine Auszubildenden wissen, wofür sie in im Ausbildungsbetrieb zuständig sind.			
Meine Auszubildenden wissen, wie Aufgaben zugeteilt, strukturiert und abgearbeitet werden.			
Meine Auszubildenden wissen, warum bestimmte Aufgaben zu erledigen sind.			
Meine Auszubildenden wissen, welcher Lerntyp sie sind (auditiv, kommunikativ, visuell oder haptisch).			
Meine Auszubildenden nutzen Lösungsstrategien (z. B. Karteikarten schreiben, Eselsbrücken), um die Lernqualität zu verbessern.			
Meine Auszubildenden versuchen sich im Unternehmen einzubringen und bei Arbeitsprozessen mitzudenken.			

Notizen:



Checkliste - für Ihre Stellenanzeige

Sie möchten eine Stellenanzeige für einen zukünftigen Auszubildenden erstellen? Worauf sollten Sie besonders achten? Dieser Check zum Abhaken stellt Ihre Anzeige auf den Prüfstand.

Firmenprofil und Betriebsbeschreibung

Bereiche in

Ordnung?

Verwenden Sie eine kurze und prägnante Beschreibung Ihres Unternehmens?

Können Sie Wettbewerbe anführen, die Sie als Arbeitgeber oder

Ausbildungsbetrieb gewonnen haben?

Ihr Ausbildungsangebot - Haben Sie...

...den Ablauf der Ausbildung (z. B. an verschiedenen Standorten/

in verschiedenen Bereichen) beschrieben?

...die Aufgaben beschrieben, die während der Ausbildung auf die Azubi zukommen?

Sicher ist sicher: Haben Sie das Datum für den Beginn der Ausbildung genannt?

...die Anzahl der freien Ausbildungsstellen und die entsprechenden

Ausbildungsberufe benannt?

...die Entwicklungsmöglichkeiten aufgezeigt sowie die Übernahmechancen,

mögliche Zusatzqualifikationen und Auslandsaufenthalte genannt?

...zum entsprechenden Ausbildungsberuf im [BERUFENET der Agentur für Arbeit](#)

verlinkt?

...erwähnt, wie und wo der Berufsschulunterricht stattfindet?

...die Ausbildungsvergütung und eventuelle zusätzliche (finanzielle)

Leistungen seitens Ihres Unternehmens genannt?

Anforderungsprofil - Haben Sie...

...die Kenntnisse und Fähigkeiten genannt, die Sie voraussetzen?

...die Kriterien aufgeführt, die Ihre Auswahl maßgeblich beeinflussen?

Bewerbung

Geben Sie die Möglichkeit zur Online-Bewerbung?

Haben Sie ausdrücklich darauf hingewiesen, welche Unterlagen einzureichen sind?

Kontakt

Haben Sie namentlich einen konkreten Ansprechpartner angegeben?

Gestaltung

Siezen Sie, wenn die Bewerber hauptsächlich volljährig sein dürften?

Benutzen Sie authentisches Bildmaterial aus Ihrem Arbeitsalltag?

Haben Sie bei der Sprache auf Fachjargon verzichtet – der Jugendlichen wegen?

Workshop

Ausbildungsmarketing

Im Projekt haben wir einen kostenfreien Workshop zum Thema Ausbildungsmarketing angeboten. Den Aufschlag machten wir mit unseren Netzwerkpartnern, welche viele Anregungen und Feedback zum Format und zu unserer Broschüre mit Checklisten und Leitfäden zum Thema erfolgreiches Ausbildungsmarketing, gaben. Diese wurden von uns im Nachgang erfolgreich eingearbeitet.

Die Teilnehmer, im Workshop für die Unternehmen, erhielten einen Einblick, wie eine zeitgemäße Zielgruppenansprache über Social Media möglich ist. Ebenso stellten wir unsere Broschüre vor. Wir ermöglichten einen exklusiven Austausch in kleinen Arbeitsgruppen. Hier konnten die Teilnehmer ihr Know-how, Ideen und Wünsche individuell von Ihrem Unternehmen einbringen.

Das Ziel des Workshops war es, dass die Teilnehmer die Möglichkeit hatten, mit dem erworbenen Wissen, ihre Strategien zur Ansprache von potentiellen Auszubildenden zu erweitern und individuell auf Ihr Unternehmen anzuwenden.



01.März 2022

Workshop "Ausbildungsmarketing"
für die Netzwerkpartner in der Geschäftsstelle
des LBV ew.V. Bandenburg in Teltow/ Ruhlsdorf



05. Mai 2022

Workshop "Ausbildungsmarketing"
in der Jüterboger
Agrargenossenschaft eG



Workshop

Videodreh

Im Projekt haben wir zwei kostenfreie Workshops zum Videodreh durchgeführt. Da wir am ersten Workshoptag festgestellt haben, dass für dieses Thema zwei Tage nötig sind, haben wir den Workshop geteilt in einen Tag Theorie und einen Tag Praxis.

Ziel dieses Workshops war es, dass die Teilnehmer im Anschluss mittels Videos potenzielle Auszubildende zielgruppengerecht (z.B. über Instagram, Facebook, YouTube) ansprechen können.

Neben einem fachlichen theoretischen Teil, mit einer Einführung in die Technik gab es ein gemeinsames Brainstorming zum Storyboard (siehe Seite 37). Beim Praxisteil wurden Sequenzen mit dem Smartphone gedreht und gemeinsam im Nachgang geschnitten.

Die teilnehmenden Unternehmen können zukünftig selbstständig die angebotenen Ausbildungsberufe sowie die Landwirtschaft und ihre Betriebe realistisch nach Außen darstellen.



Impressionen aus beiden Videoworkshop



Steinhage
LANDTECHNIK PRENZLAU GMBH



Der Projekttag mit Videoworkshop war sehr aufschlussreich und interessant.

Dank des netten Teams, welches bei uns vor Ort war, haben wir vielerlei Einsicht im Bereich Social Media bekommen.

Es war super interessant und die Crew war sehr aufgeschlossen. Am besten war der Videodreh und das Cutten des Videos!

Dank des Teams von „Azubi aufs Land – Marketing für grüne Berufe“ konnten wir zum ersten Mal ein tolles Video auf unser Instagram - Seite

„steinhage.landtechnik.prenzlau“ hochladen, welches bereits über 300 Likes bekommen hat.

Ein riesengroßes Dankeschön!





Tipps zum Videodreh

Potenzielle Auszubildende finden Sie immer häufiger auf Social Media Plattformen! Wir empfehlen Videos zu veröffentlichen, um Ihr Unternehmen realistisch und zielgruppenorientiert vorzustellen und somit Ihren zukünftigen Auszubildenden anzusprechen.

Es folgen ein paar Tipps zum Videodreh mit dem Handy:

1. Recherchieren Sie, welchen Mehrwert Sie Ihrer Zielgruppe anbieten können.
2. Sammeln Sie Videoideen, nutzen Sie Humor.
3. Erstellen Sie ein Storyboard (siehe nächste Seite).
4. Halten Sie die Videolänge kurz max. 90 Sekunden.
5. Wählen Sie einen Veröffentlichungskanal aus (Videodreh im Hoch- oder Querformat).
6. Flugmodus einschalten, um Störungen zu vermeiden.
7. Akku auf 100% laden.
8. Ausreichend Speicherplatz auf dem Handy.
9. Seien Sie authentisch.

Es gibt Programme, um auf dem Handy oder mittels PC das Video zu schneiden. Achten Sie bei Computer Programmen, dass Ihr CPU nicht überlastet ist. Im Projekt wurde das Schnittprogramm Wondershare Filmora genutzt.





Storyboard

Videotitel: _____

Beschreibung (kurz): _____

Storyboard:

Anmerkungen:



05-2022



1.200 Aufrufe bei Facebook!

Mitte Juli 2022 haben wir mit Hilfe des Projektteams ein kleines Video zur Gewinnung von Auszubildenden gedreht. In Vorbereitung des Termins wurden online verschiedene Situationen und Möglichkeiten durchgespielt und daraus ein einfaches Drehbuch entwickelt. Zum Drehtermin haben wir uns hier im Betrieb getroffen und das Drehbuch anhand der gerade zur Verfügung stehenden Maschinen und Gegebenheiten angepasst. Der Dreh selber mit dem Handy lief sehr unkompliziert ab. Überraschend war für mich, mit wie wenig Technik ein sehr ansprechendes Video gedreht werden kann.

Ein Handy, ein Stativ und ein relativ einfaches Bearbeitungsprogramm reichen aus. Mit dem Video bin ich sehr zufrieden, es ist auf Facebook bereits vier Wochen nach der Veröffentlichung auch mehrere tausend mal angeklickt worden.

Eine bessere Werbemöglichkeit
kann man kaum finden.



Facebook:
Grünhagen Lohnunternehmen GmbH & Co.KG

Tipps zum Social Media

Potenzielle Auszubildende sind vor allem auf den Social Media Plattformen unterwegs.

Es folgen ein paar Tipps zur Erstellung von Social Media Beiträgen:

1. Ziele für Social Media festlegen.
2. Zielgruppenanalyse durchführen.
3. Mehrwert für die Zielgruppe erarbeiten.
4. Themen festlegen.
5. Redaktionsplan erstellen und nutzen.
6. Designs festlegen, um Wiedererkennung zu ermöglichen.
7. Identische Profilnamen verwenden, bei der Nutzung verschiedener Plattformen.
8. Regelmäßig Veröffentlichung von authentischen Beiträgen.
9. Azubis/junge Mitarbeiter mit einbinden.
10. Verschiedene Formate ausprobieren.

DAS BESTE MARKETING KOMMT EINEM NICHT WIE MARKETING VOR. (Tom Fishburne)





Unterstützungsmöglichkeiten

AsAflex- Assistierte Ausbildung flexibel

Sie möchten einen potenziellen Auszubildenden einstellen? Leider sind seine Noten nicht die besten oder Sie haben einen Auszubildenden und der Abschluss ist gefährdet?

AsAflex kann als Instrument mit Beginn der Ausbildung oder auch später eingeschaltet werden. Die Jugendlichen erhalten eine Finanzierung durch die Agentur für Arbeit. Ziel ist es, dass die Jugendlichen ihre Ausbildung erfolgreich beenden. Sie erhalten durch den eingekauften Träger nicht nur Nachhilfeunterricht für den Unterrichtsstoff der Berufsschule, auch ist er unterstützend zur Seite, wenn es in der Ausbildungsfirma Schwierigkeiten gibt oder die Jugendlichen noch mit Problemen außerhalb der Ausbildung – im privaten zum Beispiel – zu kämpfen haben.

EQ - Einstiegsqualifizierung

EQ ist eine Brücke in die Berufsausbildung. Sie möchten hinter die Schulnoten eines potenziellen Auszubildenden schauen, dann nutzen Sie EQ. Ziel ist es mittels eines Langzeitpraktikum von sechs bis zwölf Monaten haben Jugendliche mit Vermittlungsschwierigkeiten, die Chance Ihren Betrieb kennenzulernen. Die potentiellen Auszubildenden können ihr Engagement in dieser Zeit unter Beweis stellen.



Zitat Andrea Preuße

Berufsberaterin
Team 451 - Reinickendorf



Ich persönlich bin noch immer sehr davon überzeugt und meine Berufserfahrung zeigt mir das auch, dass die Betriebe in die Schulen müssen. In Berlin zum Beispiel in die SekI – also Klassenstufe 7-10.

Für Berliner Jugendliche erscheinen Berufe im grünen Bereich nicht als wertig, die Jugendlichen sind voller Vorurteile. Bedingt auch, durch fehlende praktische Erfahrungen.

Wenn die grünen Arbeitgeber sich an die Schulen trauen und beweisen, wie attraktiv ihre Berufe sind, entgegen Vorurteilen und falschen Vorstellungen, wird sich ganz sicher etwas verändern.

Es müssen Wandertage in die grünen Betriebe angeboten werden, so dass die Stadtkinder die Landberufe erleben und schmecken, lernen woher zum Beispiel ihr Essen oder Balkonpflanzen herkommen.

An den Schulen müssen Projektstage angeboten werden, die die Berufe genauer vorstellen. An vielen Berliner Schulen am Stadtrand gibt es verwahrloste Schulgärten. Diese müssten in Kooperationen wiederbelebt und bewirtschaftet werden, nur so erleben die Kids die grünen Berufe hautnah und entwickeln ihre Talente und Leidenschaften. Nur durch frühzeitige praktische Erfahrungen kann bei den Jugendlichen das Interesse an diesen Berufen geweckt und gefördert werden.

Gerne baue ich als Berufsberaterin oder auch meine Kollegen die Brücke in die Schulen, denn fundierte Berufswahlorientierung führt zu einer abbruchsicheren Berufswahlentscheidung.

Telefon: 030 555586 1312

E-Mail: Andrea.Preusse@Arbeitsagentur.de

Quellen:

Checkliste - Erfolgsfaktoren Ausbildungsmarketing
www.perwiss.de

Check - Ausbildungsqualität
www.gebifo.de

EQ - Einstiegsqualifizierung
www.azubi-ostbrandenburg.de



Impressum

Herausgeber:

JOBSTARTER plus - Projekt „Azubi aufs Land – Marketing für grüne Berufe“ im

Landesbauernverband Brandenburg e.V., Dorfstr. 1, 14513 Teltow

Tel. 03328 319 201, Fax: 03328 319 205

E-Mail: info@lbv-brandenburg.de, www.lbv-brandenburg.de

Hauptgeschäftsführer: Denny Tumlirsch

Satz & Layout:

Susann Hecht & Stephanie Scholz

Redaktion-Texte/ Bilder:

Susann Hecht, Stephanie Scholz

IHK-Projektgesellschaft mbH

Landesbauernverband Brandenburg e.V.

Agrarbetrieb Rehfeld GmbH & Co. KG

Andrea Preuße



IHK-Projektgesellschaft mbH

Büro Eberswalde

Stephanie Scholz
Tel.: 03334 2537-34
Fax: 03334 2537-48
E-Mail: stephanie.scholz@ihk-projekt.de

Heegermühler Str. 64
16225 Eberswalde

Büro Frankfurt (Oder)

Mathias Vandam
Tel.: 0335 5621-2220
Fax: 0335 5621-2001
E-Mail: vandam@ihk-projekt.de

Puschkinstraße 12b
15236 Frankfurt (Oder)

Landesbauernverband Brandenburg e.V.

Büro Teltow / Ruhlsdorf

Susann Hecht
Tel.: 03328 319 - 211
Fax: 03328 319 - 205
E-Mail: hecht@LBV-Brandenburg.de

Dorfstraße 1
14513 Teltow/Ruhlsdorf

Projektlaufzeit: 01.07.2021 - 31.12.2022
Fördernummer: 21-JT-01-015 A+B

GEFÖRDERT VOM



Gefördert als JOBSTARTER plus-Projekt aus Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung.