

### Azubi-Suche in Corona-Zeiten

Köln, 17. Mai 2021

In Zeiten der Corona-Pandemie müssen Betriebe neue Wege gehen, um Auszubildende zu gewinnen. Viele der gewohnten Veranstaltungen wie Berufsorientierungstage, Ausbildungsmessen oder Schulbesuche konnten auch in diesem Jahr nicht durchgeführt werden. Aber es gibt interessante Online-Lösungen, um auch in Pandemiezeiten Azubis zu finden. So haben die Handwerksorganisationen in den vergangenen Monaten unterschiedliche Veranstaltungsformate entwickelt und getestet. Betriebe können sich an ihre zuständige Kammer wenden und erhalten dort Informationen über die Möglichkeiten, digital Auszubildende zu gewinnen: über Azubi-Speed-Dating-Tools oder virtuelle Ausbildungsmessen, z.B. die „AzuBeYou“ am 8. und 9. Juni 2021, die Betriebe rund ums Ruhrgebiet anspricht.

#### Digitale Azubi-Suche

Mit oder ohne Corona – Internet und Social Media sind aus dem Alltag von Jugendlichen nicht mehr wegzudenken. Es liegt also auf der Hand, die Jugendlichen dort anzusprechen, wo sie sich aufhalten. Mit überschaubarem Zeiteinsatz und bereits mit kleinem Geld können Schüler und Eltern regional erreicht werden. Um zu starten, ist es sinnvoll, die Stellenanzeige im Internet in einer Stellenbörse, im Lehrstellenradar und auf der eigenen Webseite zu veröffentlichen. Um einen Ausbildungsplatz auf Facebook und Instagram zu bewerben, sollte das Anzeigenmotiv bereits als Bilddatei im JPG- oder PNG-Format vorliegen. Bei der Erstellung des Motivs ist das [Werbemittelportal](#) hilfreich.

#### Facebook/Instagram

Facebook und Instagram gehören zum selben Unternehmen. Wenn Werbung bei Facebook geschaltet wird, kann diese gleichzeitig auch auf Instagram eingeblendet werden. Dazu ist nicht

zwingend eine eigene Instagram-Seite notwendig, eine Unternehmensseite bei Facebook genügt. Langfristig kann eine Instagram-Seite zur Kunden- und Nachwuchsansprache aber interessant sein. Die Bezahlung erfolgt zunächst pro eingeblendeter Anzeige. Später kann es so eingestellt werden, dass nur gezahlt wird, wenn jemand auf die Anzeige klickt. Die Anzeige bei Facebook und Instagram sollte immer mit einem Bild verbunden sein, damit sie mehr Aufmerksamkeit bekommt. Das kann der Betrieb mit seinen Mitarbeitern sein oder ein besonders schönes Projekt.

#### Azubisuche über Google

Für die Erstellung einer Anzeige, einer Google Ads, wird ein kostenloses Google-Konto benötigt. Die Einrichtung ist schnell gemacht und wird hier erläutert: [Google-Konto](#). Bei Google werden Textanzeigen oberhalb der ersten Suchergebnisse passend zum Suchbegriff angezeigt. Bezahlt wird pro Klick auf die Anzeige.

#### ZVDH-Materialien nutzen

Die überwiegende Mehrheit der Innungsbetriebe ist mit einem Profil auf der Nachwuchsplattform [www.DachdeckerDeinBeruf.de](http://www.DachdeckerDeinBeruf.de) vertreten. Um sich dort besser zu positionieren, ist



es sinnvoll, das Ausbildungsversprechen anzuklicken. Dann kann der Betrieb ein Firmen-Logo einfügen und weitere Informationen einstellen. Außerdem wird er bei den Suchergebnissen hervorgehoben. Auf der eigenen Webseite und in den Social-Media-Kanälen ist der neue Imagefilm „10 gute Gründe fürs Dachdeckerhandwerk“ ein echter Hingucker: Kurz und knackig macht der richtig Lust aufs Dachdeckerhandwerk.