



Vortrag

Ausbildungsmarketing: Wollen Sie Schattenboxen oder einen Kampf gewinnen?



Prof. Dr. Christoph Beck

Professor für Personal- und Bildungswesen, Hochschule Koblenz

AUSBILDUNGSMARKETING:

Wollen Sie Schattenboxen oder einen Kampf gewinnen?

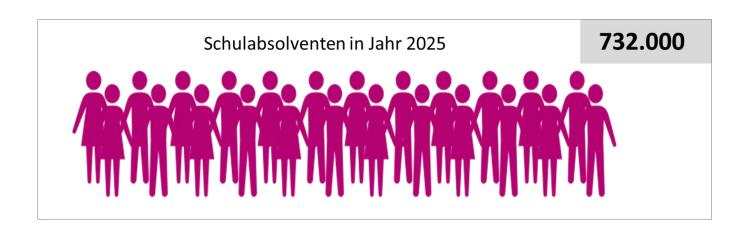
Vom ganzheitlichen Ausbildungsmarketing-Mix und warum es dazu keine Alternative gibt

A-Recruitertage

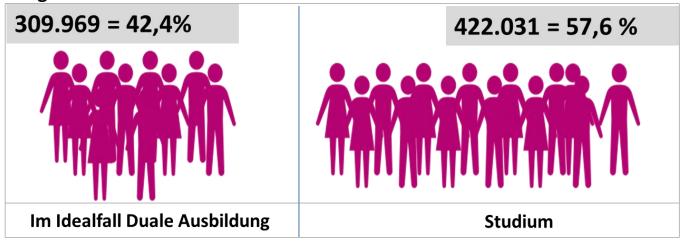
INHALT

- Duale Ausbildung versus Akademisierung, wer macht das Rennen?
- Werden Auszubildende vom Ausbildungsmarketing abgeholt oder überrannt?
- Nur die Kommunikationspolitik zu betrachten, heißt zu kurz zu springen
- Ausbildungsmarketing-Mix: Strategisch ganzheitlich professionell
- Zukunftsszenarien Lösungsansätze und die Verantwortung der Akteure

Duale Ausbildung versus Akademisierung, wer macht das Rennen?



Prognose



Duale Ausbildung versus Akademisierung, wer macht das Rennen?

Was einem Sorgen bereiten könnte!

Ausbildungsinteresse von Schulabgänger/Schulabsolvent (w/m) allgemeinbildender Schulen

Mittlerer Bildungsabschluss	2008	2010	2012
Weibliche Jugendliche	56,8 %	53,6% 👢	44,4% 👢
Männliche Jugendliche	70,8%	63,4% 👢	61,7%

Quelle: Haverkamp, K. (2015): Bildungsexpansion und Nachfragepotenzial im Berufsbildungssystem des Handwerks, online: http://www.ifh.wiwi.uni-goettingen.de/sites/default/files/Vortrag%20Dr.%20Haverkamp%20-%20Bildungsexpansion%202015_04_22.pdf (22.05.2016)

Was denken Eltern und Jugendliche vom Studium?

73%	Deutliche bessere Verdienstmöglichkeiten
74%	Deutlich bessere Aufstiegsmöglichkeiten

Quelle: McDonald's Deutschland Inc. / Institut für Demoskopie Allensbach (Hrsg.): McDonald's Ausbildungsflash - Duale Ausbildung in Deutschland: Gutes Image, aber schlechte Quote, 2014, abrufbar im Internet unter: www.mcdonalds.de/documents/2773714/3297639/Der_McDonalds_Ausbildungsflash_2014.pdf/34c1d6f5-3574-4e14-87eb-b063e9cc66b5

Duale Ausbildung versus Akademisierung, wer macht das Rennen?

Kann man die Frage überhaupt beantworten?

- ✓ Branchen sind unterschiedlich,
- ✓ Ausbildungsberufe sind unterschiedlich,
- ✓ Regionen sind unterschiedlich,
- ✓ Unternehmen sind unterschiedlich,
- ✓ Präferenzen der Zielgruppen sind unterschiedlich
- **√** ...

Die eigentlichen Fragen lauten u.a.:

- ✓ Welche Kompetenzen braucht unser Unternehmen künftig?
- ✓ Welche Fachkräfte braucht unser Unternehmen im Jahr 2020 ff?
- ✓ Wie viele "Häuptlinge" und wie viele "Indianer" braucht unser Unternehmen 2020 ff
- ✓ .

Hieraus folgt:

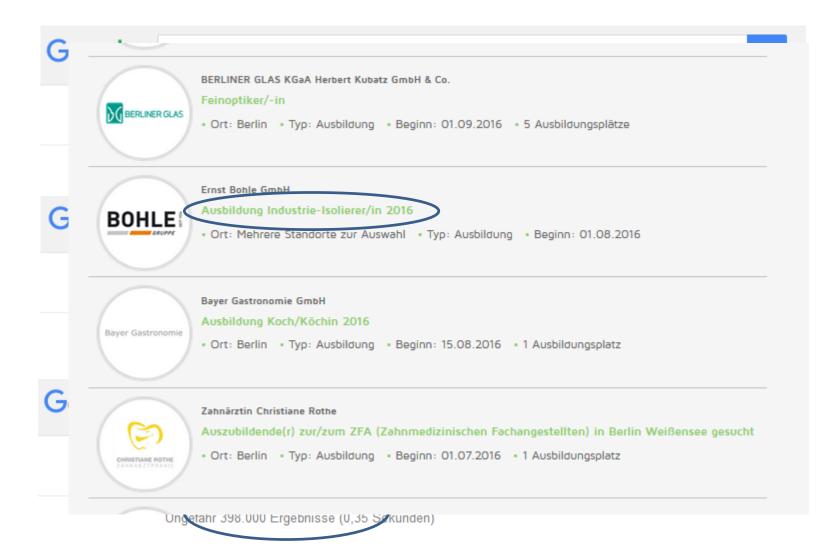
- ✓ Es geht nicht darum
 Ausbildungsplätze zu besetzen,
 sondern die Fachkräfte von morgen
 einzustellen
- ✓ Die duale Ausbildung muss an der künftigen Unternehmensstrategie ausgerichtet werden
- ✓ Die klassischen Karrierelaufbahnen sind durchlässig und fraktal zu gestalten
- ✓ Anreizsysteme sind künftig
 zunehmend mehr von der
 Anfangsqualifikation zu entkoppeln
- **√** ..

Die Welt der "jungen" Entscheider: DIE FAKTEN

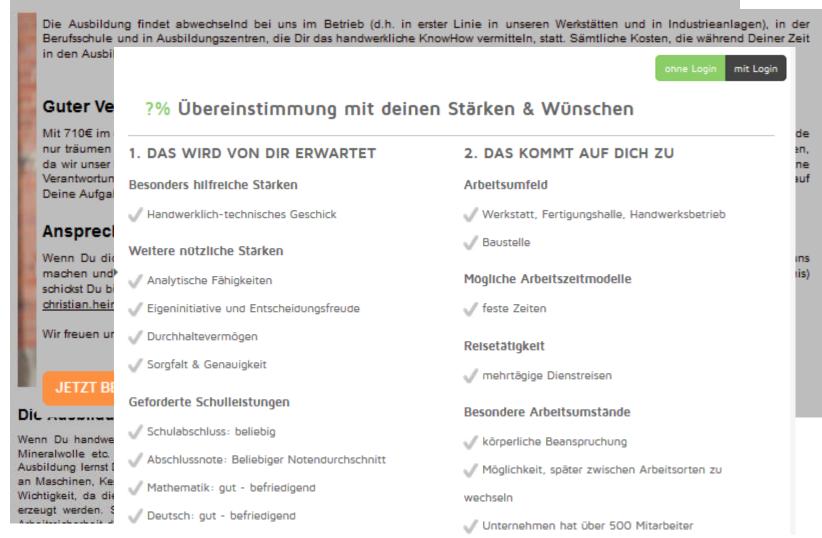
Duale Ausbildung		
Anzahl anerkannter Ausbildungsberufe (2016)	327	
Dauer der Ausbildung	36 Monate	
Durchschnittliche Abbruchquote (2012 vgl. Uhly 2015)	16%	
Potentielle Ausbildungsbetriebe in Deutschland	2,1 Mio. Betriebe	
Tatsächliche Ausbildungsbetriebe	434.700 (2015) 506.100 (2007)	

Studium		
Anzahl Studiengänge	18.044	
Dauer des Studiums (Bachelor)	36 Monate (42)	
Abbruchquote (im Durchschnitt)	28%	
Anzahl der Hochschulen	427	

Die Welt der "jungen" Entscheider: DIE SUCHE



Die Welt der "jungen" Entscheider: DIE SUCHE



Die Welt der "jungen" Entscheider: DIE SUCHE



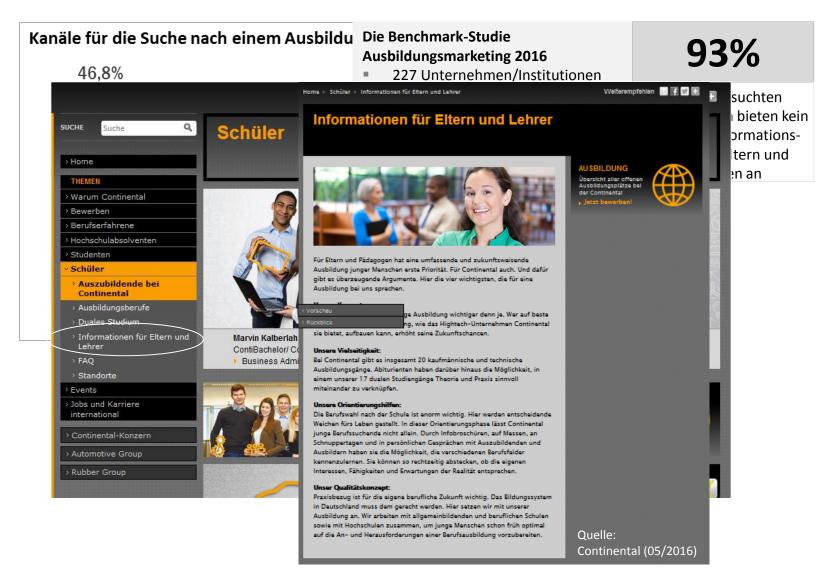
Quelle: Berliner Wasserbetriebe (2016): Karriereseite, online: http://ausbildung.bwb.de/content/language1/html/index.php (22.05.2016)

Die nächste Stufe der "Orientierung"



Nur die Kommunikationspolitik zu betrachten, heißt zu kurz zu springen

Wenn schon Kommunikationspolitik, dann auch die Frage für WEN?



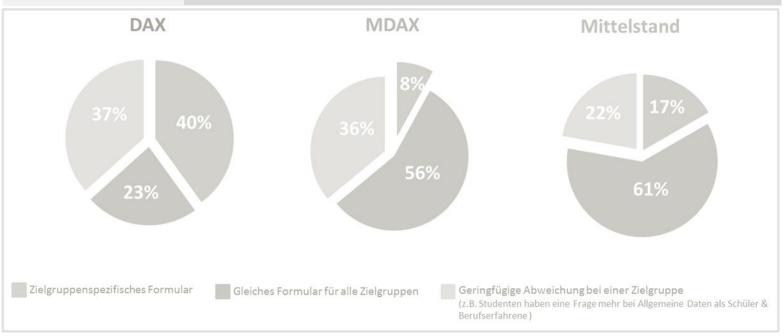
Nur die Kommunikationspolitik zu betrachten, heißt zu kurz zu springen

Selbst wenn Kommunikationspolitik erfolgreich ist, verliert man auch Bewerber wenn...

Analyse von Online-Formularen März 2016

Prof. Dr. Christoph Beck

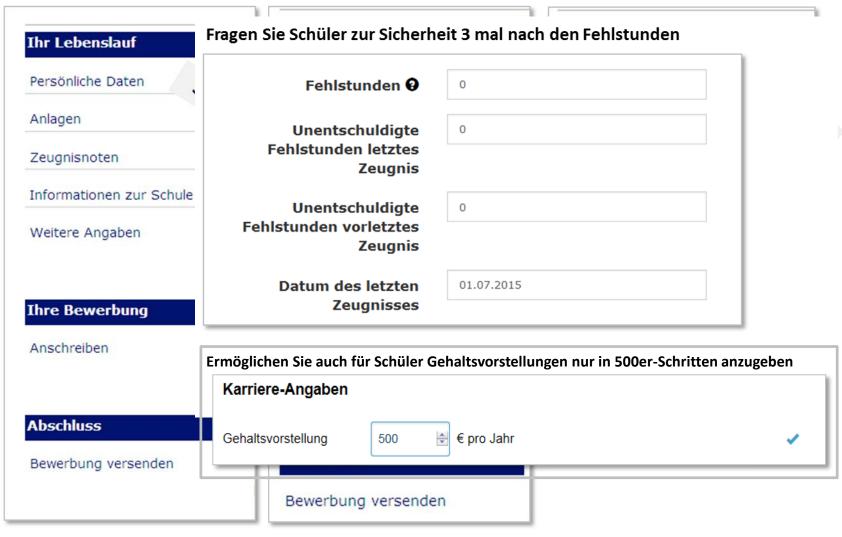
Mehr als die Hälfte der MDAX und mittelständischen Unternehmen verwenden das gleiche Formular für alle Zielgruppen



Nur die Kommunikationspolitik zu betrachten, heißt zu kurz zu springen

Selbst wenn Kommunikationspolitik erfolgreich ist, verliert man auch Bewerber wenn...

Best Case



Ausbildungsmarketing ist mehr als bunte Bilder



Ausbildungsmarketing ist mehr als bunte Bilder

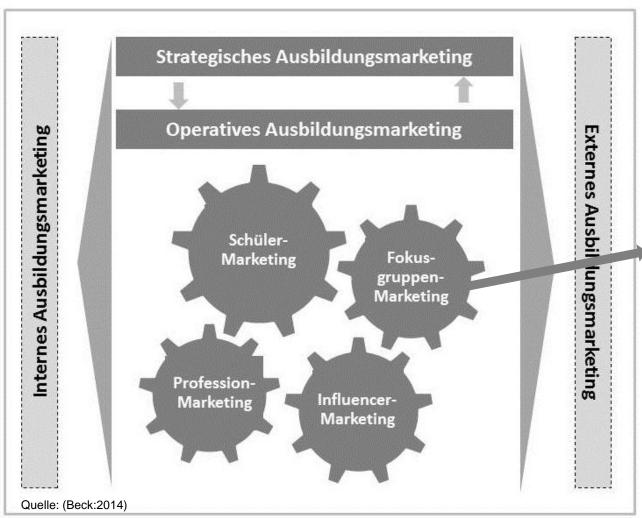
Ausbildungsmarketing – Was ist es wirklich?

Während das strategische Ausbildungsmarketing die Profilierung und Positionierung der eigenen Ausbildung zur Generierung dauerhafter Wettbewerbsvorteile beinhaltet,

obliegt dem operativen Ausbildungsmarketing mit seinen vier Handlungsfeldern Schülermarketing, Fokusgruppen-Marketing, Influencer-Marketing und Profession-Marketing die Vermarktung der Ausbildung, des Ausbildungsbetriebes, der Berufsbilder und der Ausbildungsstellen mit dem Ziel, nachhaltig Potenzialträger für die Aufgaben und das Unternehmen zu begeistern und zu gewinnen, sowie nachhaltig an das Unternehmen zu binden.

(Quelle: Beck, C. (2014)

Ausbildungsmarketing ist mehr als bunte Bilder



Klassische Zielgruppen:

- Schüler / Schulabsolventen
- Studierende
- Hochschulabsolventen
- Young Professionals
- Professionals

Künftig stärker auch..

Alternative Zielgruppen:

- Quereinsteiger
- Wiedereinsteiger
- Studienabbrecher
- Alleinerziehende
- Flüchtlinge
- Menschen mit Behinderung
- . .



Zukunftsszenarien – Lösungsansätze und die Verantwortung der Akteure

Zukunftsszenario 01: Das Studium wird die Ausbildung ersetzen

Zukunftsszenario 02: Duales Studium statt Duale Ausbildung

Anzahl dualer Angebote von

Zukunftsszenario 03: Duale Ausbildung nur noch in ausgewählten Berufsfeldern

Zukunftsszenario 04: Modularisierung der Dualen Ausbildung

- Die Ausbildung eines Berufes wird in 5-8 Bausteine gegliedert
- Übergänge zwischen einzelnen Bereichen (vollzeitschulische Ausbildung,
 Übergangssystem, Weiterbildung) werden durch die Möglichkeit der Anrechnung optimiert
- Herausforderung 01: Das eigentliche Problem wird nicht behoben
- Die Option, Teilqualifikationen zu erlangen, sendet ein falsches Signal an Jugendliche

Zukunftsszenarien – Lösungsansätze und die Verantwortung der Akteure

Zukunftsszenario 05: Assistierte Ausbildung

Zukunftsszenario 06: Duale Aus- und Weiterbildung als Gesamtangebot

Zukunftsszenario 07: Flexiblere Gestaltung der Ausbildungsdauer

- Eine Verkürzung der Ausbildung für Leistungsstärkere und eine präventive Verlängerung für Leistungsschwächere
- Beispielsweise bietet das Pilotprojekt "SWITCH" Studienabbrechern die Möglichkeit einen Ausbildungsabschluss nach 18 Monaten zu erreichen
- Herausforderung: Es ist sicherzustellen, dass auch bei einer Verkürzung alle Inhalte vermittelt werden

Wollen Sie Schattenboxen oder einen Kampf gewinnen?

PRODUKT

E
PREIS

DISTRIBUTION

R

U
P
P
P
P
P
PROZESSE