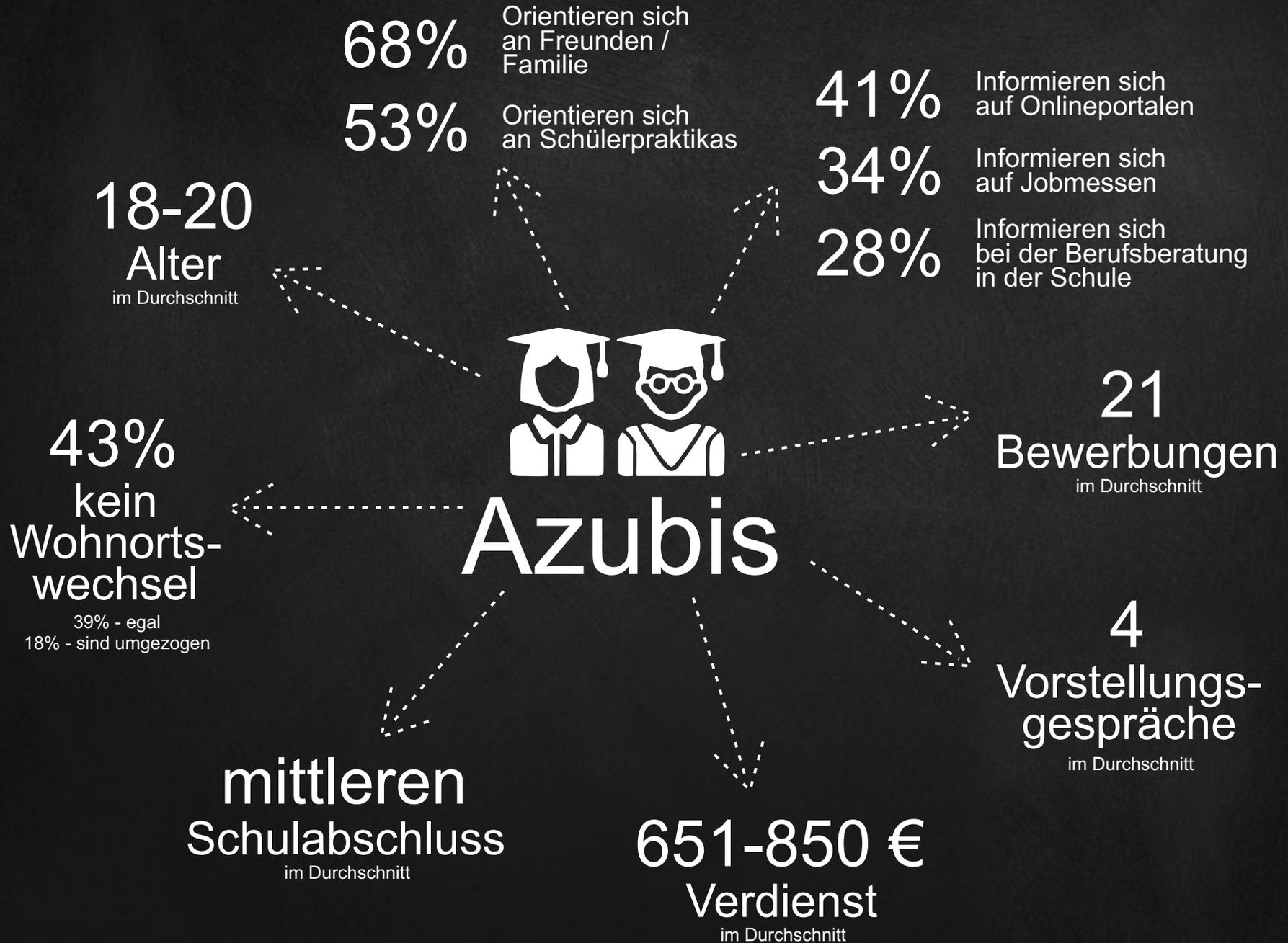
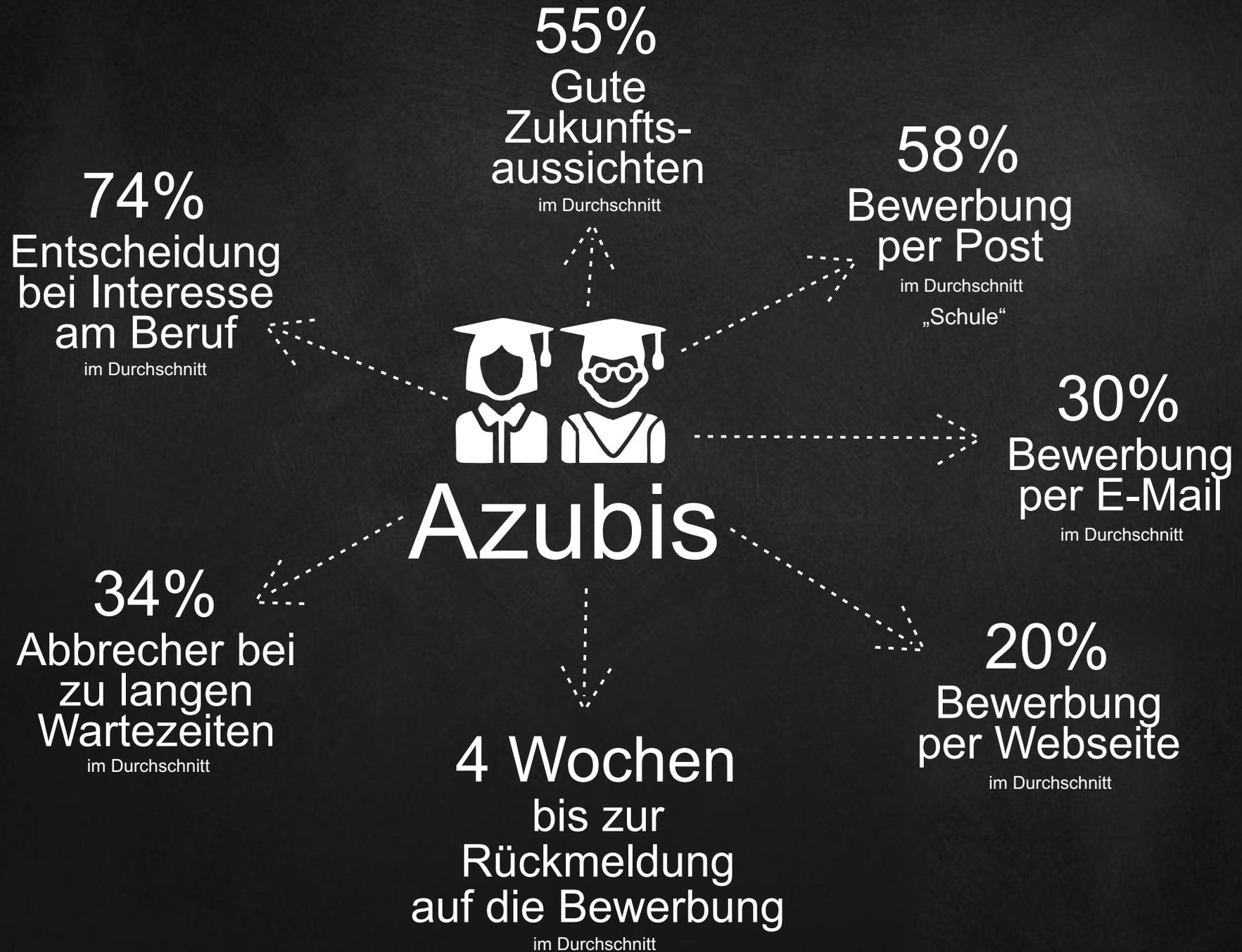


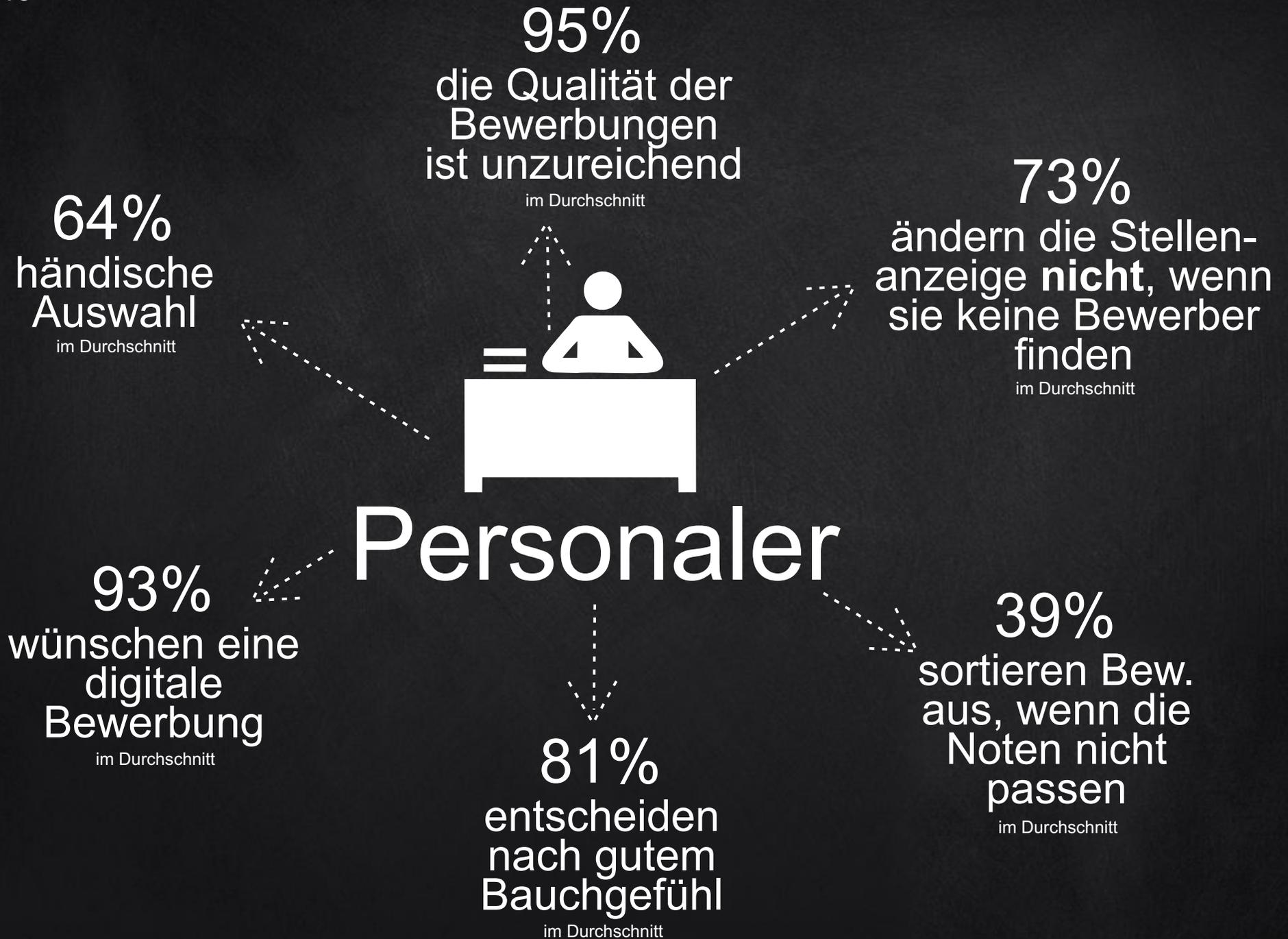
# Ausbildung Weiterbildung „digital“

---

Wolfram Daur - Online Marketing Manager



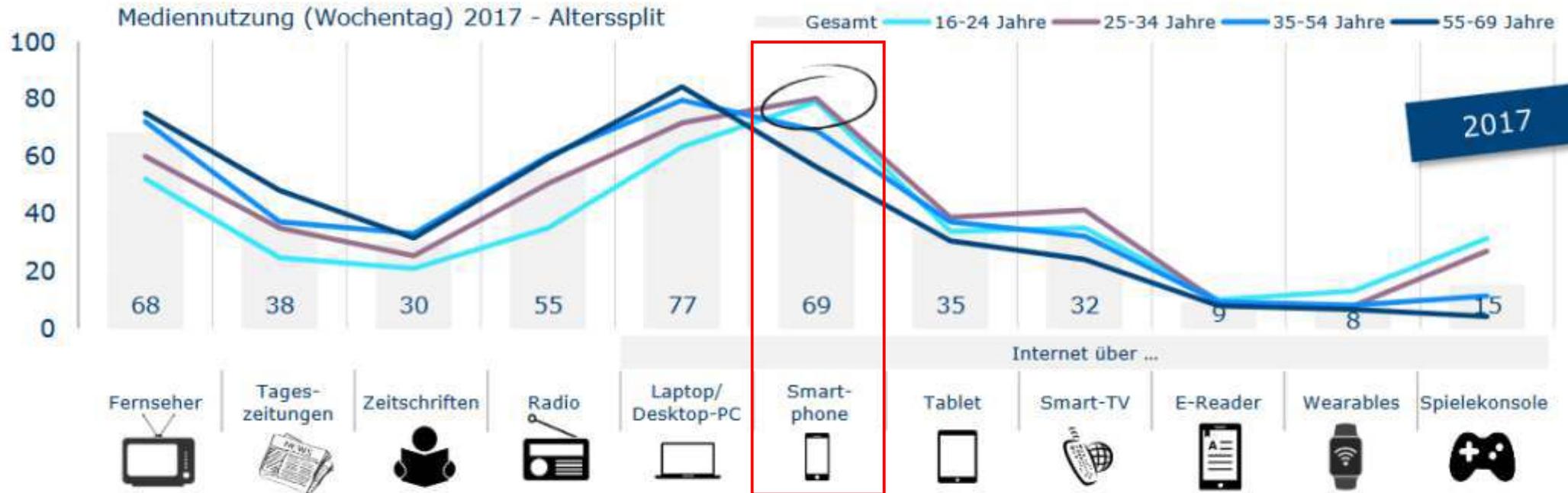




## Anteil der Internetnutzer nach Endgeräten und Altersgruppen in Deutschland im Jahr 2016

	14-29 Jahre	30-49 Jahre	50-69 Jahre	Ab 70 Jahren
Smartphone/Handy (netto)	95%	86%	50%	22%
Laptop	76%	66%	54%	26%
Stationärer Computer/PC	48%	49%	48%	25%
Tablet/Tablet PC	49%	52%	31%	13%
Fernsehgerät/Smart-TV	23%	24%	13%	5%
Radiogerät	16%	14%	10%	7%
Spielekonsole	32%	14%	4%	0%
E-Book-Reader	9%	13%	8%	2%
MP3-Player	6%	7%	2%	2%
Streaming-Boxen oder -Sticks	13%	13%	6%	0%

Das Smartphone ist das zentrale Gerät der jungen Onliner, während die klassischen Medien eher von den älteren Onlinern genutzt werden.



Basis Onliner (ab 16 Jahre): 2017 Gesamt= 993; 16-24 J.=137; 25-34 J.=161; 35-54 J.=404; 55-69 J.=271; Angaben in Prozent

F101: Welche der folgenden Medien nutzen Sie in einer normalen Woche (Montag bis Freitag), egal wie häufig? (Mehrfachnennung möglich)

Seite 11 | 02.02.2018 | Digitale Nutzung in Deutschland 2018, Januar 2018

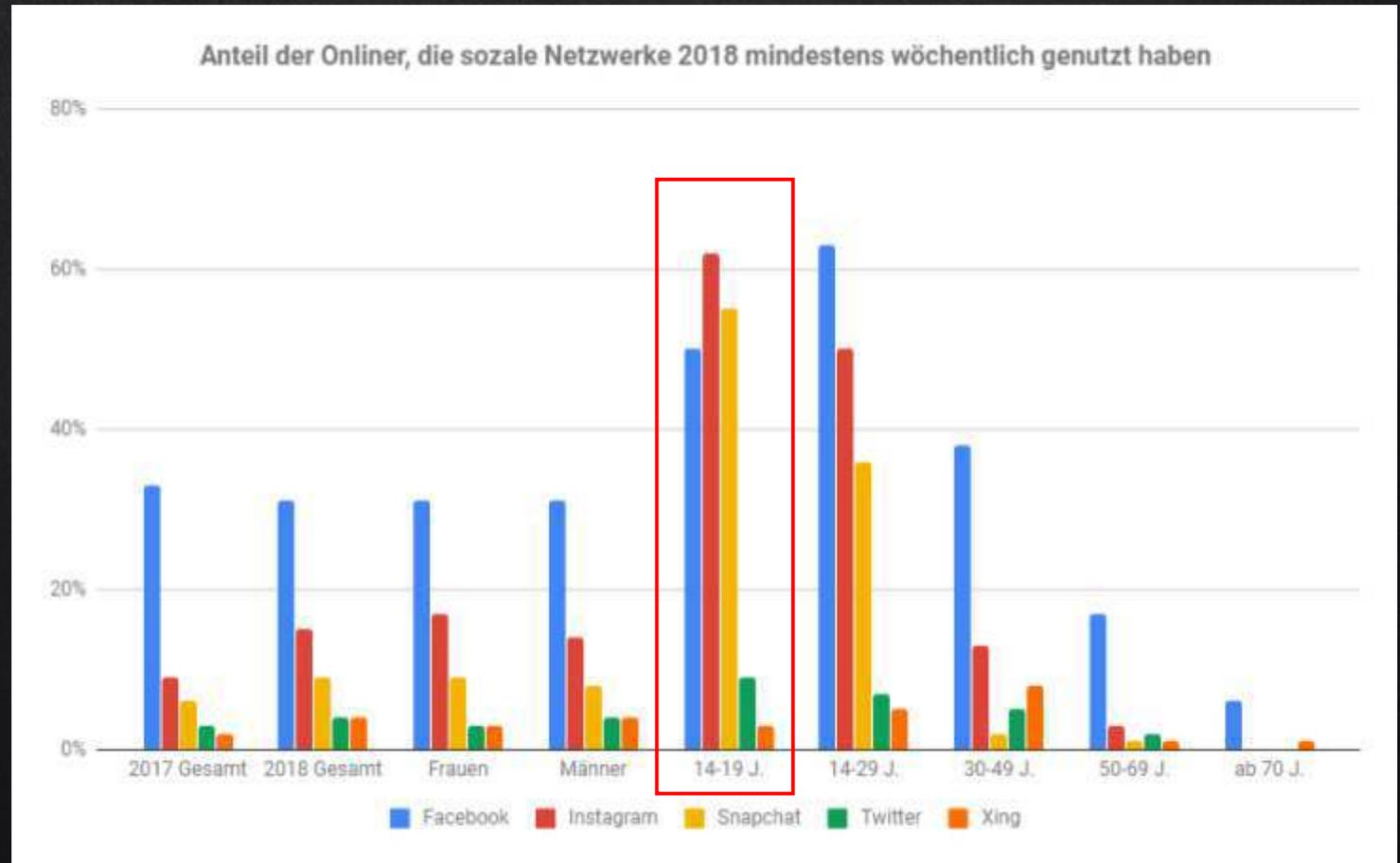
# Nutze was der User kennt!

## Meistgenutzte App in Deutschland „allgemein“

1. WhatsApp
2. Facebook
3. Google Maps
4. YouTube
5. eBay
6. Google Search
7. Gmail
8. Wetter.com
9. Facebook Messenger
10. Amazon Mobil

## Meistgenutzte Social Media Apps der 18-Jährigen (14-19)

1. Instagram
2. Snapchat
3. Facebook
4. Twitter
5. Xing



Nutze was der User liebt!



## Was ist zu tun?

1. Azubis und Personaler zusammenbringen
2. Prozess der Bewerbung digitalisieren, weg von der Bewerbung per Post
3. Bewerbungsprozess vereinfachen
4. Wartezeiten reduzieren
5. Der Prozess muß Sympathie ermöglichen - das Kennenlernen muß in den Vordergrund
6. Die Hard Skills dürfen nicht wichtiger als das „Cultural Fit“ sein
7. Der Personaler bewirbt sich beim Azubi und andersrum
8. Die Plattform muß zu den Azubis (Mobile) und zu den Personalern (Desktop) passen - die WebApp
9. Nutze was der User kennt und liebt

Wir brauchen eine  
Azubi / Personaler  
„Social Media Plattform“



...also keine einseitige  
Plattform in der nur Personaler  
sich vorstellen oder andersrum.  
Die Kombi ist entscheidend.

Was ist mit den Lösungen Xing und LinkedIn?

1. Diese sind spezialisiert auf Fachkräfte
2. Schüler, die eine Ausbildung suchen findet man dort kaum.

Ein paar andere Beispiele...

<https://www.aubi-plus.de/ausbildung/videobewerbung/>

The screenshot shows the top part of the Ausbildung.de website. The main headline reads "Videobewerbung auf Ausbildung.de" in a handwritten font, followed by "PER SELFIE ZUM TRAUMJOB" in large, bold, white letters. Below this is an orange button that says "Mit JobUFO durchstarten". At the bottom, it says "JOBUFO – DEIN VIDEO. DEIN JOB." and "Eine App erobert die Bewerbungswelt". A small paragraph at the bottom explains that the app allows young talents to search for training positions via video on their smartphones.

<https://www.ausbildung.de/videobewerbung/#jobufo-app>

<https://www.ausbildung.de/videobewerbung/>

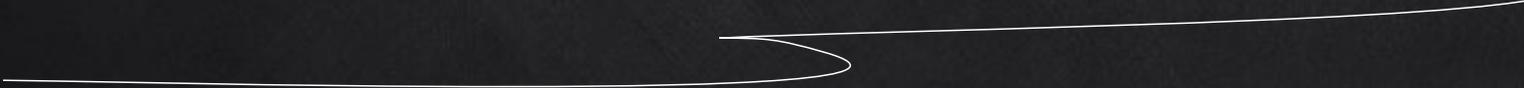
The screenshot shows the AUBI-plus website. The article title is "Per Video bewerben: So funktioniert's". The text describes how to apply for a job using a video, mentioning that it's a new way of applying that allows candidates to be seen directly by the company. Below the article is a video player from kununu. The video title is "Die coolsten Video-Bewerbungen: Film ab!". The video shows a woman holding up a newspaper in front of her face, with a play button in the center of the video frame.

<https://www.aubi-plus.de/ausbildung/videobewerbung/>

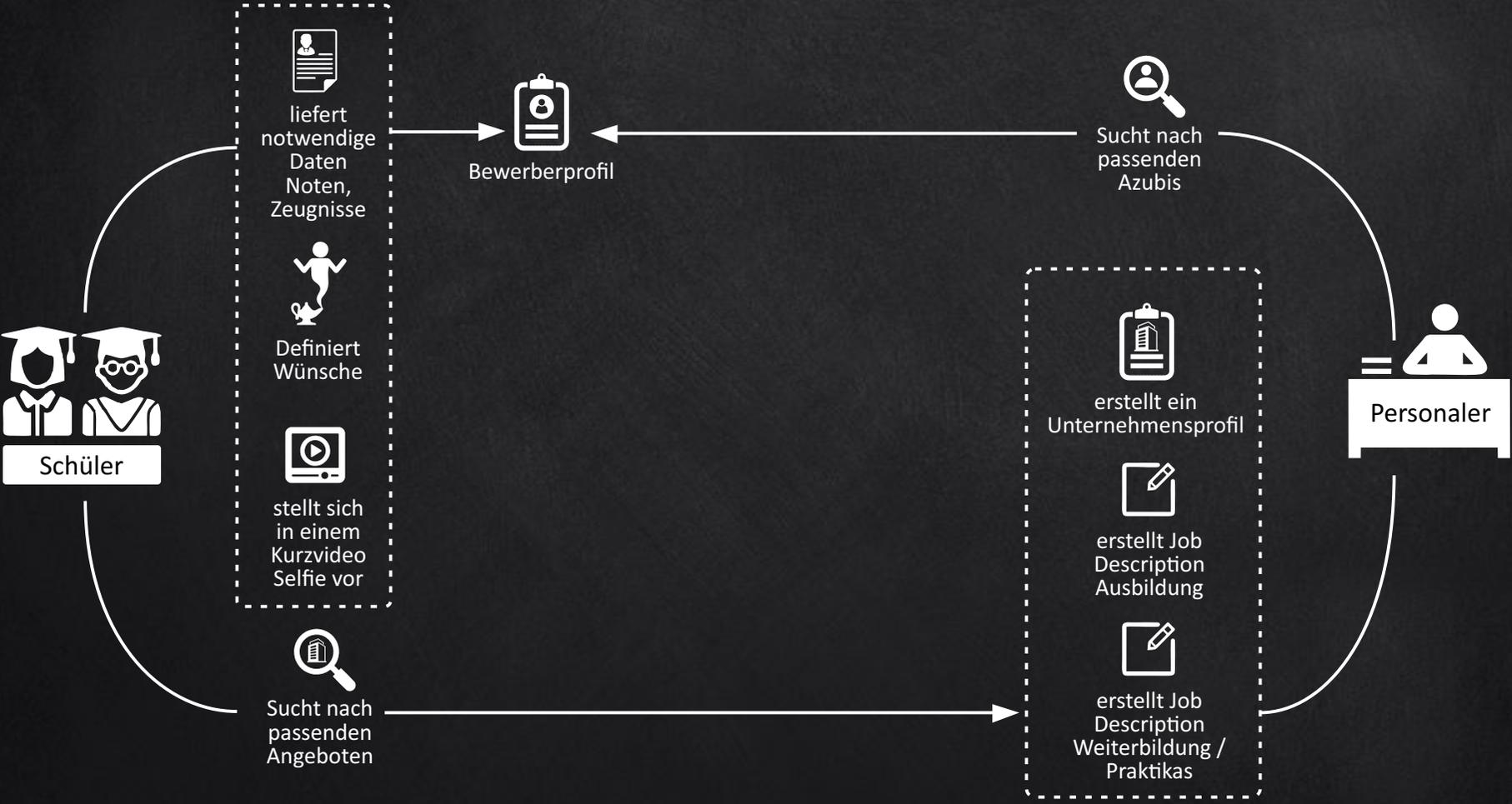
<https://news.kununu.com/die-coolsten-video-bewerbungen/>

<https://news.kununu.com/die-coolsten-video-bewerbungen/>

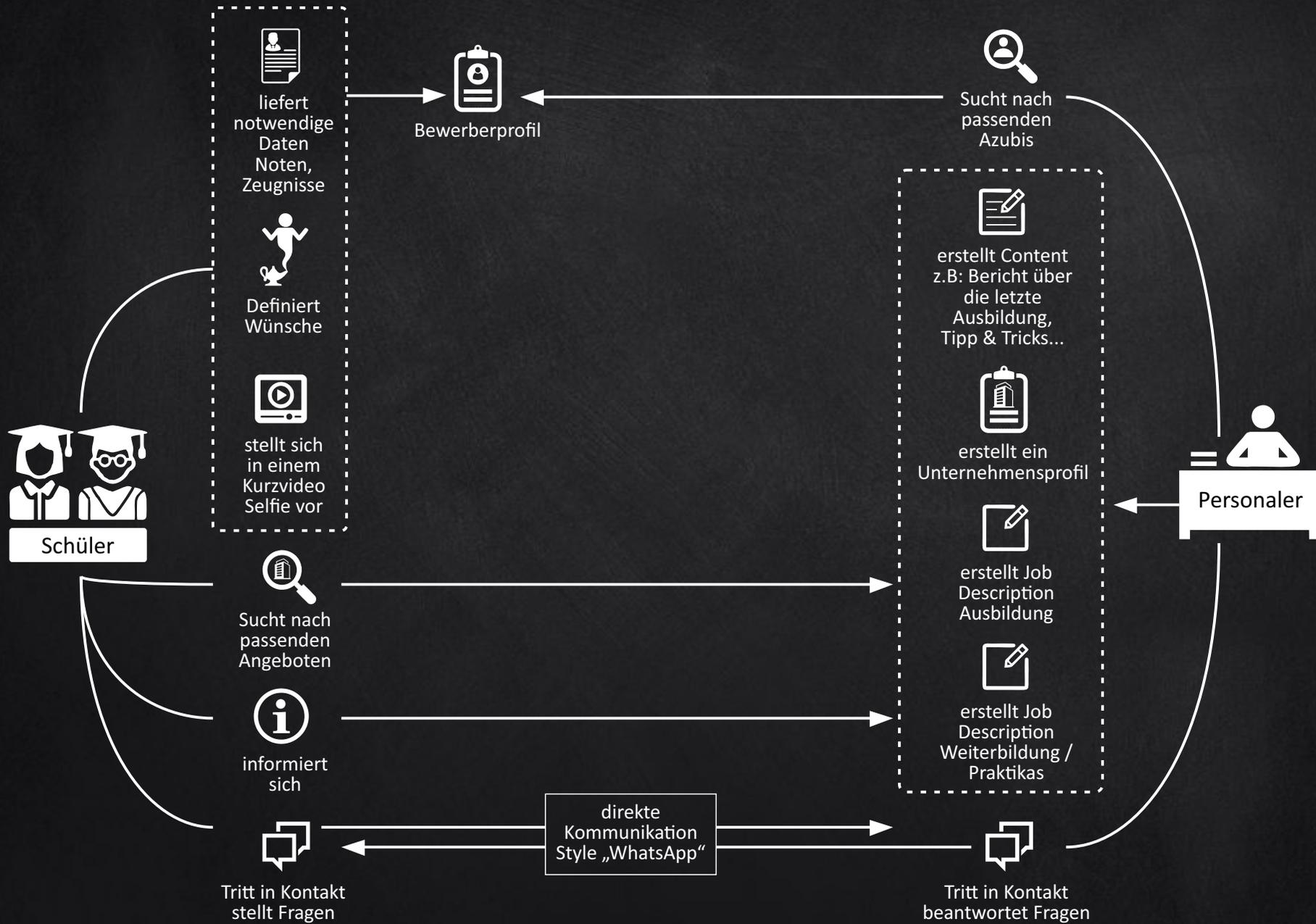
# Die Vision



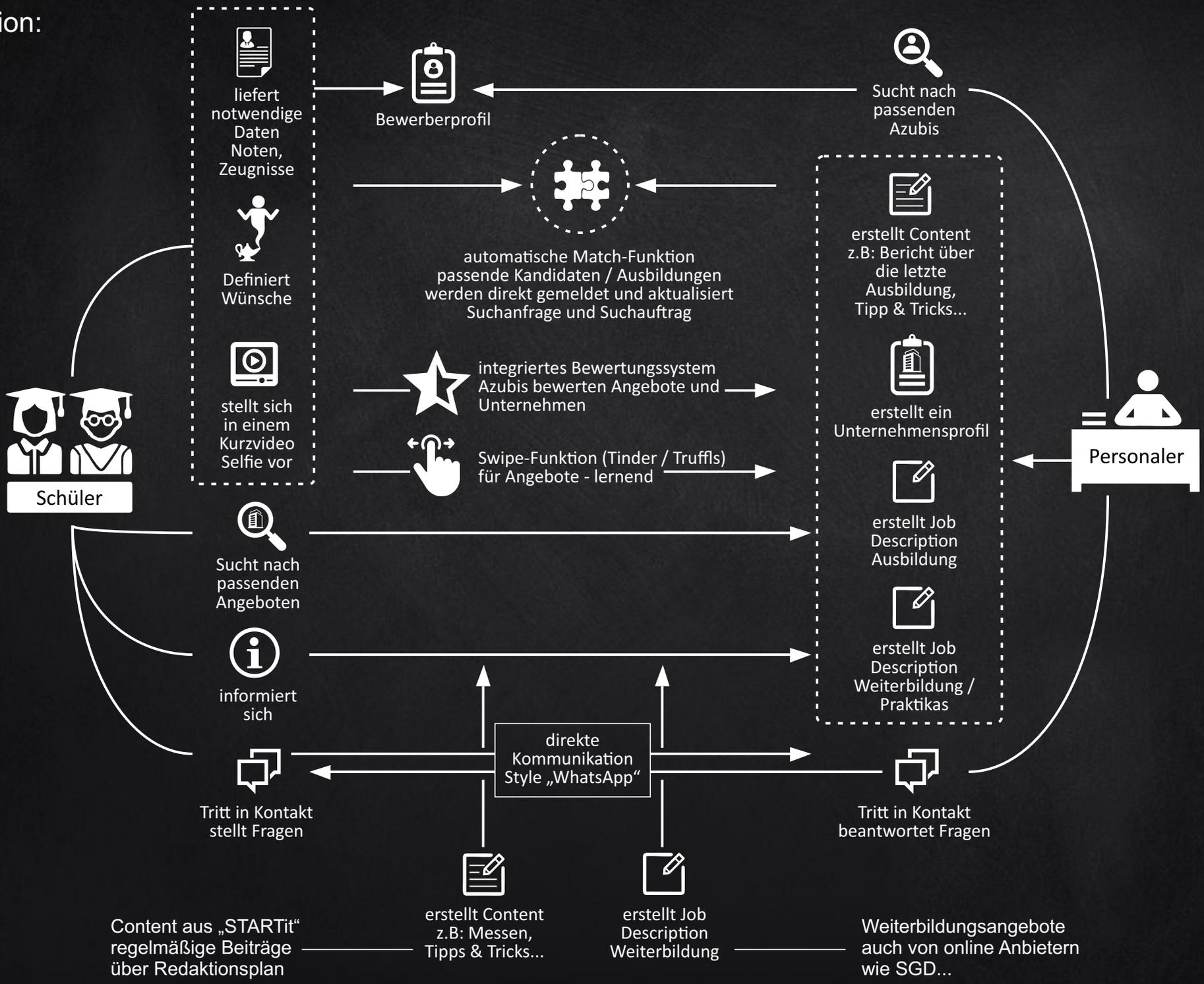
Die Vision:



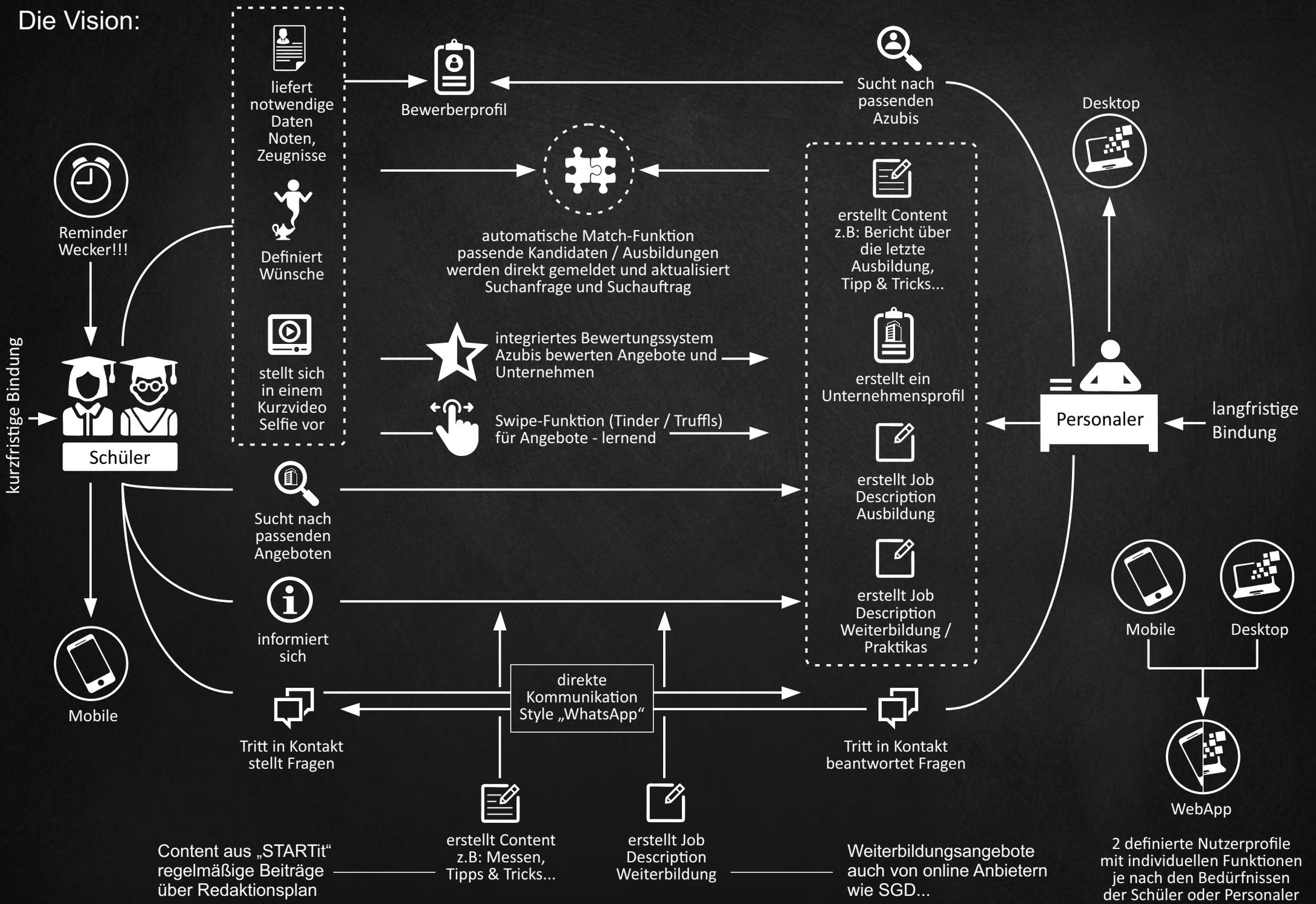
# Die Vision:



# Die Vision:



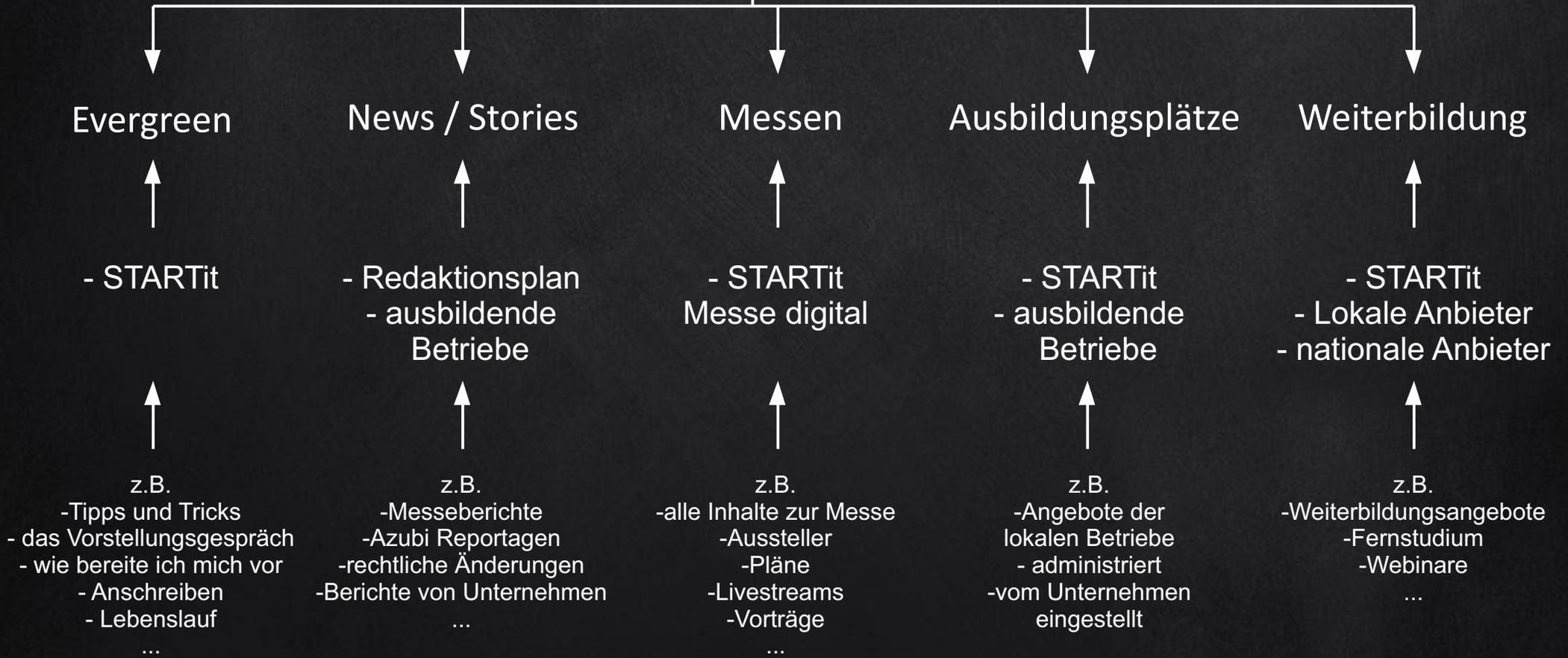
# Die Vision:



# Die Vision - Content:



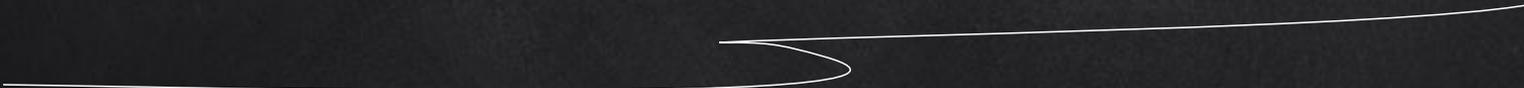
## Content



...und jetzt?



Technik ist  
leider nicht alles!



Die Frage:

# Ist die aktuelle Unternehmenskultur in der Lage sich auf die Anforderungen und Wünsche der Millennials einzulassen?

Unternehmen beschäftigen heute Mitarbeiter aus bis zu fünf Generationen. Jede der Generationen hat unterschiedliche Anforderungen an den Arbeitsplatz

<https://insights.staffbase.com/blog-de/5-wege-ein-besserer-arbeitgeber-f%C3%BCr-millennials-und-genz-zu-werden>



18-20

Alter

im Durchschnitt

Neue Werte  
Generation Z



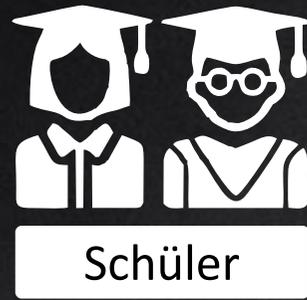
50,9

Alter

im Durchschnitt

Alte Werte  
Generation X

## Der Konflikt:



Neue Werte  
Generation Z

- geboren 1995 - 2010
- klare Trennung zwischen Beruf- und Privatleben
- wünscht einen klar gesteckten beruflichen Rahmen
- sucht Sinn und Selbstverwirklichung eher im Privatleben
- Privatleben stark von Online-Aktivitäten geprägt
- aufgewachsen mit Facebook und Co.
- die Generation Z ist hypervernetzt
- Unsicherheit gegenüber der Zukunft
- sucht Spaß, die Freude und Selbstverwirklichung
- Erfolg im Beruf ist weniger relevant

digital affin  
Schnelldreher



Alte Werte  
Generation X

- Jahrgänge 1965 bis 1980
- Generation MTV, Turnschuh-Generation
- Null-Bock- oder No-Future-Generation
- hohen Bildungsniveau, Wohlstand und ausgeprägtem Konsumverhalten
- Interessenlosigkeit, Oberflächlichkeit und Egoismus
- ein materiell sicheres Leben führen, sich etwas leisten können
- streben nach einer hohen Lebensqualität
- echte Individualisten,
- weniger an Teamarbeit interessiert, schätzen das selbstständige Arbeiten
- größtmögliche Freiräume bei der Arbeitsgestaltung

digital  
unflexibel

Nun...

...das Problem werden  
wir nicht lösen!



Aber...

Aber...

...wir können das  
Angebot kontrollieren!

Zumindest lokal

Wir müssen das Angebot  
maximal erreichen und  
abdecken.



ca. 100  
Schulen +  
Hochschulen+  
Bildungszentren+



4.017  
Abschlüsse  
2015/16

Dafür muss das Produkt an den  
Schulen platziert werden!

Wünsche der Schüler  
in Einklang bringen  
mit den Ausbildungs-  
berufen

**Fähigkeitenmatching**

Fragen zur Interessen und  
Selbsteinschätzung  
+ Leistungstest

das Angebot muß dem  
Schüler schmecken, nicht dem  
Ausbildungsbetrieb!



Handwerksbetriebe	4.047
Handwerksähnliche	790
IHK-Betriebe	23.800
im HR oder GR eingetr.	5.273
Kleingewerbe	18.527

**1.241**

freie Ausbildungs-  
plätze in Aalen

**941**

freie Ausbildungs-  
plätze in Gmünd

Aufklärung über die  
Unternehmen und  
Berufe

Sich kennen lernen

Praktikas

Hard Skills gleichwertig  
mit Cultural Fit

Dafür könnten einfach andere Filter für die  
Personaler eingerichtet werden. Z.B. könnte es  
einfach keinen Notenfilter geben!

Matching nach Handlungsweisen, Wertevorstellungen.

Unsere große Chance!  
Lokal sind wir stark.



Wolfram Daur - Online Marketing Manager

# Danke.

---

Wolfram Daur - Online Marketing Manager