

A woman with her hair in a bun, wearing a bright yellow turtleneck sweater and a green apron, is focused on writing in a spiral-bound notebook. She is in a workshop or studio setting with various tools and materials visible in the background. A teal vertical bar is on the right side of the image.

2. Arbeitgeber-attraktivität & Lehrlingsrecruiting

EINLEITUNG

Die Arbeitgeber*innenattraktivität beschreibt die Qualität des Personalmanagements in einem Unternehmen sowie das Image, das dadurch am Arbeitsmarkt wahrgenommen wird. Ein wesentlicher Erfolgsfaktor in der Lehrlingsrekrutierung ergibt sich dementsprechend aus dieser Wahrnehmung in Verbindung mit der Fähigkeit, all die vorab gegebenen Nutzenversprechen im Zuge der Ausbildung und Beschäftigung auch bestmöglich zu halten. Gehaltsperspektiven, Arbeitsbedingungen, Standort und Image des Unternehmens, Karriereperspektiven sowie Unternehmenskultur und Führungsarbeit sind allesamt wesentliche Attraktivitätsfaktoren.

Die Kommunikation aussagekräftiger Informationen und Botschaften zu diesen Faktoren bildet den Kern in der Rekrutierung von Lehrlingen und dem Erreichen der jeweiligen Zielgruppe dabei. Die beste Arbeitgeber*innenmarke macht nur dann Sinn, wenn sie auch – richtig – nach außen getragen wird. Neben der treffenden Entwicklung einer Arbeitgeber*innenmarke über einen klar definierten Prozess des „Employer Brandings“ gilt es in der Folge die passenden Kommunikationskanäle in der richtigen Art und Weise zu bespielen.

Dabei soll ein einheitlicher Gesamtauftritt des Unternehmens nach außen getragen werden, welcher konstante und dynamische Elemente beinhaltet. Online-Kanäle wie die firmeneigene Website samt treffsicherer Karriere-Websites und Social-Media-Kampagnen kommen für den Transport der wesentlichen Informationen eine tragende Rolle zu. Parallel dazu messen wir der Umsetzung von externen und internen Events zum Anwerben von Lehrlingen wesentliche Bedeutung bei.

Da es im Projekt **frau_kann** ganz konkret um die Erreichung der Zielgruppe Mädchen und junge Frauen ging, galt es primär hier den Fokus auf spezifische Möglichkeiten und Angebote abzustellen und die Kooperationsbetriebe dafür zu motivieren. Nachstehend finden Sie einen Überblick zu den im Zuge des Projektverlaufs mit den Unternehmen erarbeiteten Inhalten zu Arbeitgeber*innenattraktivität und Lehrlingsrekrutierung sowie den damit verbundenen Maßnahmen und Instrumenten.

KOMMUNIKATIONS- KANÄLE

Eine Vielzahl von Kommunikationskanälen stehen Unternehmen zur Verfügung um die Zielgruppe anzusprechen. Die Auswahl von geeigneten Kommunikationskanälen trägt entscheidend dazu bei um als Unternehmen als attraktive*er Arbeitgeber*in wahrgenommen zu werden. Die Zielgruppe kann sowohl direkt als auch über Multiplikator*innen, wie z. B. Eltern, angesprochen werden. Neben den geeigneten Kommunikationskanälen sind auch die übermittelten Botschaften zentral um ein erfolgreiches Recruiting durchzuführen.

Fragen wie „über wen kann ich die Zielgruppe erreichen?“, „wo finde ich diese?“, „was ist der Zielgruppe wichtig?“ und „welche Inhalte/Botschaften muss ich über meine ausgewählten Kommunikationskanäle transportieren?“ sind relevante Fragestellungen.

In der unten angeführten Grafik findet man einige Beispiele:

Über wen?	13–17-Jährige	Eltern	Lehrer*innen	Mitarbeiter*innen
Wo?	<ul style="list-style-type: none"> • Schulen • Karriereportale • Instagram • Website • Jugendzentrum 	<ul style="list-style-type: none"> • Website • Facebook • Elternverein • Schule • Vereine • Gemeindezeitung 	<ul style="list-style-type: none"> • Schule • AMS Info 	<ul style="list-style-type: none"> • Betriebsbesichtigung für Kinder von Mitarbeiter*innen • WhatsApp-Gruppen • Website • Intranet
Was ist wichtig?	<ul style="list-style-type: none"> • Geld verdienen • Nette Kolleg*innen • Kompetente Auszubildende • Prämien • Unterstützung • Arbeitszeiten 	<ul style="list-style-type: none"> • Arbeitsplatzsicherheit • Qualitativ hochwertige Ausbildung • Arbeitsbedingungen • Mensch im Mittelpunkt • Ausbildungskonzept • Karriereperspektiven 	<ul style="list-style-type: none"> • Arbeitsplatzsicherheit • Qualitativ hochwertige Ausbildung • Arbeitsbedingungen • Mensch im Mittelpunkt • Ausbildungskonzept • Karriereperspektiven 	<ul style="list-style-type: none"> • Mitarbeiter*innen müssen sich im Unternehmen wohlfühlen • Mitarbeiter*innen aktiv in das Recruiting einbinden (evtl. Anreizsystem)
Welche Inhalte?	<ul style="list-style-type: none"> • Gehalt • Arbeitsplatz zeigen • Auszubildner*in • Lehrlingsteam • Info Beruf • Berufsschulinfos 	<ul style="list-style-type: none"> • Sicherheit ist uns wichtig • Onboarding-Konzept • Karriereperspektiven anhand von Beispielen • Ablauf der Ausbildung • Lehre mit Matura, Gesundheit 	<ul style="list-style-type: none"> • Mach Karriere mit Lehre • Lehrberuf vorstellen 	<ul style="list-style-type: none"> • Info zu offenen Stellen, Lehrberuf vorstellen, Karriereperspektiven