

# GESUCHT?

# GEFUNDEN!

Der Leitfaden für Ihre Azubi-Gewinnung



**bvd m.**

Bundesverband  
Druck und Medien e.V.



## **MACH DEIN LEBEN BUNT!**

Die neuen Berufsflyer der Druck- und Medienberufe ..... 4

### **Nachwuchswerbung, die ankommt!**

Mit welchen Maßnahmen finde ich Auszubildende? ..... 8

### **Drum prüfe, wer sich bindet!**

Eignungstests und Tipps zum Bewerbungsgespräch ..... 22

### **Checkliste zum Ausbildungsstart**

Haben Sie an alles gedacht? ..... 28

### **Wir helfen gerne**

Die Ansprechpartner/-innen Ihres Landesverbands ..... 30

## **Viele Ausbildungsstellen – wenige Bewerber/-innen**

Die Gewinnung von Nachwuchskräften stellt Unternehmen vor große Herausforderungen. Schon lange sind die Zeiten vorbei, in denen eine Anzeige genügte, um Jugendliche zu einer Bewerbung zu motivieren. In Zeiten des Fachkräftemangels punkten zunächst oft die großen oder bekannteren Firmen und Konzerne mit ihren aufwendigen Rekrutierungskampagnen. Daher sind kleine und mittlere Unternehmen gefordert, sich intensiver mit der Nachwuchskräftegewinnung zu beschäftigen. Welche Möglichkeiten es gibt, junge Menschen für die duale Ausbildung zu begeistern und wie sie am erfolgreichsten angesprochen werden, zeigen wir in diesem Leitfaden.

Es gilt, sich gezielt, aufmerksamkeitsstark und direkt an Jugendliche zu wenden und ihnen zu zeigen, dass sie sich in unserer Branche wohlfühlen werden, denn dort wird ihnen geboten, was sie suchen.

Denken Sie bei Ihren Maßnahmen zur Nachwuchskräftegewinnung immer daran, dass der Köder dem Fisch schmecken muss und nicht dem Angler! Jugendliche werden sich meist nicht für die Details der Druckmaschine interessieren, schöne Druckprodukte erregen bestimmt eher die Neugierde.

In diesem Leitfaden stellen wir Ihnen die aktuellen Ausbildungsflyer vor und geben Tipps für die Nachwuchswerbung sowie die Auswahl von Azubis.

Seien Sie kreativ und zeigen Sie, was die grafische Industrie zu bieten hat! Ganz nach dem Motto „MACH DEIN LEBEN BUNT!“.

Bei allen Fragen zur Nachwuchsgewinnung, zum Ausbildungsstart und während der Ausbildung unterstützen Sie gerne Ihre Landesverbände Druck und Medien.

# MACH DEIN LEBEN **BUNT!**

MACH DEIN  
LEBEN **BUNT!**

Werde Teil der  
Druck- und Medienwelt

**bvdm.**  
Bundesverband  
Druck und Medien e.V.

Medientechnologie Druck  
Medientechnologie Siebdruck  
Medientechnologie Druckereiartfertigung  
Medientechnologie Digital und Print

In der neuen Broschüre „MACH DEIN LEBEN BUNT!“ werden die Ausbildungsberufe Medientechnologe/Medientechnologin Druck, Medientechnologe/Medientechnologin Siebdruck, Medientechnologe/Medientechnologin Druckverarbeitung und Mediengestalter/Mediengestalterin Digital und Print vorgestellt. Je eine Auszubildende oder ein Auszubildender präsentieren den Beruf mit einem Zitat. Neben den Ausbildungsinhalten werden die Anforderungen an die Jugendlichen sowie Funfacts aufgeführt. Kurz, knapp und ansprechend. Auf dem Titel ist als Eyecatcher das „BUNT“ mit einer changierenden Glanzfolie hinterlegt. Die einzelnen Berufe lassen sich über ein Register direkt aufschlagen. Am Ende der Broschüre finden sich allgemeine Informationen zur Ausbildung, wie beispielsweise Weiterbildungsmöglichkeiten, Ausbildungsvergütung und Verweise zu Stellenbörsen der IHK und der Arbeitsagentur.



Zusätzlich gibt es für die einzelnen Ausbildungsberufe je einen 4-seitigen Flyer, der für Mitgliedsunternehmen die Möglichkeit bietet, das Firmenlogo und den Ansprechpartner/die Ansprechpartnerin einzufügen. Zu diesem Zweck werden die Flyer als PDF-Datei zur Verfügung gestellt und können nach Bedarf in der benötigten Auflage selbst gedruckt werden.

Wenn Sie Nachwuchswerbemittel benötigen oder Fragen zur Ausbildung haben, dann helfen Ihnen die Bildungsreferentinnen und Bildungsreferenten Ihres Landesverbands weiter.





Für Posts in Social-Media-Kanälen eignen sich die Abbildungen im Stil der neuen Berufsbroschüren. Mit der Verwendung der Tags #teammедien und #wirliebenprint sind alle Posts um die Nachwuchswerbung besser auffindbar.

Auf der Landingpage [www.druckindustrie.de](http://www.druckindustrie.de) stellen Azubis in Videos ihren Ausbildungsberuf vor. An einer Pinnwand wird auf Ausbildungsmessen und sonstige interessante Events hingewiesen. Über eine Deutschlandkarte können die Jugendlichen direkt Kontakt mit dem zuständigen Landesverband aufnehmen. Für die Suche nach angebotenen Ausbildungsstellen werden die Börsen der IHK und der Arbeitsagentur verlinkt.

# NACHWUCHS- WERBUNG, DIE ANKOMMT!

Auf den folgenden Seiten stellen wir einige Aktionsideen vor, die Sie im Rahmen Ihrer Nachwuchswerbung umsetzen können. Manches tun Sie vielleicht schon, bei manchem lohnt es sich, es auszuprobieren. Dazu können auch die Motive der Berufsflyer „MACH DEIN LEBEN BUNT!“ eingesetzt werden, die Sie über Ihren Landesverband erhalten.

Wir freuen uns auch über Berichte von erfolgreichen Maßnahmen, weitere Tipps und Hinweise.





## Stellenanzeigen Print und Online

Denken Sie vor allem an eine geeignete Ansprache und an verständliche Formulierungen. Besonders wichtig sind Jobbörsen, Praktikumsbörsen und Anzeigenseiten von regionalen und lokalen Medien. Nutzen Sie die kostenfreien Angebote der Agentur für Arbeit und der IHK, um eine bessere Reichweite zu haben. Daneben gibt es eine Vielzahl von kostenpflichtigen Anbietern, die sich auf die Vermittlung von Ausbildungsstellen spezialisiert haben. Verlinken Sie in der Anzeige stets auf Ihre Website. Je schneller und unkomplizierter der Weg zu Ihnen ist, umso größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass Jugendliche wirklich mehr über Ihr Unternehmen erfahren – und sich dann auch bewerben.

Mit klassischen Print-Anzeigen erreicht man viele potenzielle Bewerber/-innen aus allen Gesellschaftsschichten. Besonders die Eltern und Lehrkräfte lassen sich mit Anzeigen in Zeitungen gut ansprechen. Stellenausschreibungen in regionalen und lokalen Medien oder im Regionalteil größerer Zeitungen bieten sich hierfür an. Große überregionale Jugendzeitungen eignen sich außerdem für den Aufbau eines guten Images als Arbeitgeber.

### Digitale Reichweite optimieren

Neben all den kreativen Ansätzen muss sichergestellt sein, dass die digitale Reichweite im Recruiting gewährleistet ist. Hier einige Tipps, die hilfreich sind:

- ❖ SEO-optimierte Texte und Stellenanzeigen
- ❖ maschinenlesbare Stellenanzeigen
- ❖ Social Media im Recruiting verwenden
- ❖ Stellenmarkt auf der Website für Google for Jobs optimieren
- ❖ aktueller und gepflegter Google-my-Business-Eintrag
- ❖ offene Ausbildungsstellen mit kurzen Videos bewerben
- ❖ Employer-Branding-Seiten mit Informationen zur Ausbildung
- ❖ mobiloptimierte Karriereseite
- ❖ Bewerbung auch digital und mobil ermöglichen
- ❖ unkomplizierte Kontaktaufnahme sicherstellen



## Homepage

Ihre Website ist in Zeiten der Digitalisierung die wichtigste Informationsquelle für junge Menschen, die einen Ausbildungsplatz suchen. Ein Unterbereich „Ausbildung“ auf Ihrer Unternehmenshomepage ist also ein Muss – nicht zuletzt auch als Landingpage für Ihre Online-Werbemaßnahmen.

Auf dieser Landingpage sollte es sich weniger um Produkte, Produktionsabläufe, Business-Modelle oder die neuesten Druckmaschinen drehen. Vielmehr gilt es, das Unternehmen und auch die Branche auf eine Weise zu präsentieren, die den Jugendlichen eine interessante, abwechslungsreiche Tätigkeit mit Zukunft vermittelt. Sie können hierzu auch die YouTube-Filme über die Ausbildungsberufe von der [www.druckindustrie.de](http://www.druckindustrie.de) einbetten. Eine gute, einfache Benutzerführung sorgt dafür, dass Schülerinnen und Schüler eine Art „roten Faden“ auf der Website erkennen und ihre Bewerbung hinterlassen.



## Tage der offenen Tür

Der Tag der offenen Tür oder auch mehrere Tage sind die beste Möglichkeit, um zukünftigen Azubis einen ersten Einblick in den Alltag im Betrieb zu gewähren.

Gleichzeitig kann man mit interessanten Veranstaltungen Lust auf die Berufe und die Branche machen. Besonders Abschlussklassen nutzen diese Events gerne, um sich umfassend über Unternehmen zu informieren. In der Druck- und Medienindustrie können schöne Produkte präsentiert werden: große Maschinen, bunte Farben, tolle Bücher – was immer Sie produzieren, sorgt für Aufmerksamkeit. Ganz nach dem Motto „MACH DEIN LEBEN BUNT!“.

## Girls'Day

Für die Nachwuchskräftegewinnung hat sich der Girls'Day als erfolgreiches Instrument längst etabliert. Alle Berufe mit einem Frauenanteil unter 40 Prozent können beim jährlich im Frühjahr stattfindenden Girls'Day vorgestellt werden. Darunter fallen die Berufe Medientechnologin Druck, Medientechnologin Siebdruck, Medientechnologin Druckverarbeitung und Packmitteltechnologin. Eine Teilnahme lohnt sich, rund 38 Prozent der Unternehmen erhielten Bewerbungen von ehemaligen Teilnehmerinnen.

Die kommenden Termine, Aktionsmaterial und das Girls'Day-Radar finden Sie unter [www.girls-day.de](http://www.girls-day.de).

## Ausbildungs-Botschafter/-in

Azubi-Botschafter/-innen gehen in Schulklassen und stellen ihren Beruf vor. Sie erzählen, wie sie zu dem Beruf gekommen sind, was sie daran toll finden und welche Aufstiegsmöglichkeiten es gibt. Damit die Botschafter/-innen bestens vorbereitet sind, erhalten sie vorher eine Schulung über die zuständige IHK. Diese Form der Berufswerbung kommt sehr gut an, da sie authentisch und auf Augenhöhe erfolgt.

Wie Ihre Auszubildenden zu Botschafterinnen und Botschaftern werden, erfahren Sie bei Ihrer IHK.



## Schulpatenschaften

Unternehmen können Patenschaften für ganze Schulen oder einzelne Klassen übernehmen. Es bietet sich an, dass man diesen Prozess frühzeitig beginnt und die Schüler/-innen und Lehrkräfte langfristig begleitet. Dadurch ergeben sich auch intensive Kontakte und starke Kooperationen zwischen Unternehmen und Schulen.

Schulpatenschaften lassen sich besonders gut mit Sponsoring von Klassenausflügen und der Bereitstellung von Unterrichtsmaterial unterstützen. Ein guter Start ist eine offizielle Anfrage bei Schulbehörden und Ministerien. So vermeiden Unternehmen unnötige Vorwürfe der Einflussnahme und können ihr Anliegen offen, transparent und nachvollziehbar präsentieren.



## Radiowerbung

Radiohören spielt im Alltag der Schüler/-innen eine nachrangige Rolle. Erreicht werden eher Erwachsene zu Hause, im Auto oder am Arbeitsplatz – also Eltern oder Großeltern. Diese allerdings könnten sich – im Sinne ihrer Kinder – sehr wohl für Tage der offenen Tür, Ausbildungsplätze, berufliche Perspektiven oder auch die vergleichsweise guten Ausbildungsvergütungen in der Druckindustrie interessieren.



## Werbung in Kinos

Kinowerbung ist – vor allem in kleineren Kinos – oft günstiger, als man denkt, und zudem enorm effektiv. Mit Kinospots lässt sich die Zielgruppe sehr gut erreichen, man hat deren volle Aufmerksamkeit und kann sich bestens präsentieren. Dennoch: Kinowerbung benötigt ein hohes Maß an Professionalität. Schlechte Spots werden von der Zielgruppe unmissverständlich abgestraft.

Weiterhin können Kinokarten auf der Rückseite bedruckt werden. Mit etwas Kreativität lassen sich hier Ihre Botschaften gut transportieren.



## Ausbildungsvideos

Mit Recruiting-Videos stellt man das eigene Unternehmen und die damit verbundenen Ausbildungsberufe optimal vor. Jugendliche lieben Streaming. Sie verbringen statistisch gesehen mehrere Stunden in der Woche auf Video-Plattformen wie YouTube. Mit einer jugendgerechten Ansprache helfen Videos dem eigenen Ausbildungsmarketing sehr weiter. Entscheidend ist, dass man im Video authentisch ist und – ohne sich anzubiedern – an die Interessen und die Sprache der jungen Zielgruppe anknüpft.

Als gekaufte Ads kann man die kurzen Filme auch direkt vor passende Videos bei YouTube oder Facebook schalten. Sie können auch die berufsspezifischen Videos verwenden, die der bvdm und der Hauptverband Papier- und Kunststoffverarbeitung e. V. (HPV) produziert haben. Sie finden die Videos auf unserer Landingpage unter [www.druckindustrie.de](http://www.druckindustrie.de) auf den Seiten der jeweiligen Berufe.

## VR-Medien



Besonders auf Messen aber auch bei Inhouse-Veranstaltungen oder Schulbesuchen erhöht der Einsatz von VR-Brillen die Aufmerksamkeit. Bei 360-Grad-Videos können die Betrachter/-innen selber Dinge frei im Raum entdecken und beim Einsatz von Controllern auch Zusatzinformationen erhalten. Den geringsten Aufwand stellt die Übertragung über die YouTube-App auf das eigene Handy dar. Es wird lediglich eine Card-Board-VR-Brille benötigt. Professionellere Systeme bieten über Controller zusätzliche Möglichkeiten.

Für Medientechnologen und Medientechnologinnen Druck kann das 360°-Video von der [www.druckindustrie.de](http://www.druckindustrie.de) genutzt werden.



## **Bewerbungstrainings in Schulen**

Bewerbungstrainings in Schulen sind gern gesehen, sofern sie spannend und wirklich hilfreich sind. Der beste Weg ist der persönliche Einsatz in der Schule. Dazu werden mit Schulen und Lehrkräften Termine ausgemacht, in denen Abschlussklassen lernen, wie man gute, aussagekräftige Bewerbungen schreibt. Und natürlich können Sie den Jugendlichen Hinweise für eine gute Gestaltung ihrer Bewerbung geben.

Damit liegen automatisch auch die Themen Mediengestaltung, Typografie und der Umgang mit entsprechenden Programmen auf dem Tisch. Alternativ besteht die Möglichkeit, dass man Bewerbungshilfen schriftlich vorbereitet und an Schulen verteilen lässt.



## **Schülerzeitungen**

Schülerzeitungen sind nach wie vor im Trend. Auch Werbung in diesen Medien ist beliebt und wird gerne genutzt, um auf Ausbildungsinhalte und ausbildende Betriebe hinzuweisen.

Schülerzeitungen werden von der Schülerschaft tatsächlich gelesen und verbleiben vergleichsweise lange Zeit bei ihren Besitzern und Besitzerinnen. Besonders periodisch erscheinende Schülerzeitschriften haben den großen Vorteil, dass man hier für vergleichsweise wenig Budget viele junge Menschen erreichen kann. Druckereien können den Druck von Schülerzeitschriften sponsern oder auch beim Layout unterstützen.

Es ist auch eine Möglichkeit, das gesamte Redaktionsteam in Ihren Betrieb einzuladen und ihm zu zeigen, wie Druckprodukte entstehen, worauf in der Vorbereitung und Medienvorstufe zu achten ist oder was man zum Umgang mit Bildern aus technischer und juristischer Sicht wissen sollte.



## Abizeitung und Abiball

Über alle Schulformen hinweg werden jährlich Tausende Partys für Absolventinnen und Absolventen gefeiert. Oft gibt es die Möglichkeit für Unternehmen, diese Veranstaltungen zu sponsern, um sich dann auch präsentieren zu können. Gerade für Druckunternehmen bietet sich die Unterstützung bei der Produktion (und Gestaltung) der Abizeitung an. Und auch auf der Abschlussfeier gibt es genügend Möglichkeiten für Printprodukte und ein gut platziertes Banner.

## Elternabende an Schulen



Eltern und Lehrkräfte sind wichtige Ratgeber bei der Berufswahl. Auf Nachfrage besteht oft die Möglichkeit, dass sich Unternehmen auf Elternabenden vorstellen und über die Themen Ausbildung oder Studium bzw. über ihre Branche informieren. Diese Chance sollten Ausbildungsbetriebe nutzen. Die Berufsausbildung stellt eine attraktive Alternative zum Studium dar. Die Verdienstmöglichkeiten müssen sich nicht verstecken und über moderne Fortbildungen zum Bachelor Professional sind Aufstiegschancen gesichert. Die Druck- und Medienbranche bietet durch modernste Technik und innovative Produkte zukunftssichere Arbeitsplätze. Wichtig sind eine gute, faktenbasierte Vorbereitung und eine kurze Präsentation vor Ort.

Daten über die Branche, ihre Entwicklung und ihre Perspektiven sind abrufbar auf der Website des Bundesverbandes Druck und Medien: [www.bvdm-online.de](http://www.bvdm-online.de).



## Ausbildungsmessen

Ausbildungsmessen bieten den direkten Draht zu Schülerinnen und Schülern. Hier können Sie sich und Ihr Unternehmen von der besten Seite zeigen. In Gesprächen erfahren Sie, was die Schüler/-innen suchen bzw. welche Vorstellung sie von ihrem zukünftigen Ausbildungsbetrieb haben, und können individuell darauf eingehen.

Besonders geeignet sind die regionalen Messen, welche häufig am Wochenende stattfinden. Hier treffen Sie meist die wirklich interessierten Schüler/-innen und Eltern. Es hat sich bewährt, Auszubildende aus dem Unternehmen mit auf die Messen zu nehmen. Sie können am besten und glaubwürdigsten darüber berichten, warum sie sich für diese Ausbildung entschieden haben.

Zur visuellen Ausstattung Ihres Messestandes können Sie die Motive der Berufsflyer nutzen. Broschüren mit Informationen zu den Ausbildungsberufen der Druckindustrie können Sie kostenlos über Ihren Landesverband beziehen. Auch die Präsentation von 360°-Videos mit VR-Brillen weckt die Neugierde der Jugendlichen und zeigt, dass Ihr Unternehmen mit moderner Technik arbeitet. Aber auch der Druck von T-Shirts oder Taschen im Sieb- oder Digitaldruck wird einen nachhaltigen Eindruck hinterlassen.



## Schülerpraktika und Ferienjobs

Schülerpraktika sind in fast allen Schulen in Deutschland in der Mittel- oder Oberstufe verpflichtend. Sie sollen den Schülerinnen und Schülern praktische Erfahrungen in der Berufswelt vermitteln und ihnen helfen, sich zu orientieren. Für sehr viele kleine und mittlere Unternehmen sind diese „Schnupperaufenthalte“ – und zusätzlich freiwillige Praktika – die beste Gelegenheit, Jugendliche zu „testen“, ob sie sich für die Ausbildung eignen, oder auch, um sie für das Unternehmen zu begeistern.



Voraussetzung ist allerdings, dass Sie sich wirklich engagiert um die jungen Menschen kümmern, sie fordern und fördern und Sympathie und Interesse für Ihr Unternehmen und den zukünftigen Arbeitsplatz wecken. Denn Jugendliche, die Ihr Unternehmen frustriert und enttäuscht verlassen, sind nicht nur „verlorene Azubis“. Sie sind auch „Negativ-Botschafter/-innen“ für Ihren Betrieb und die Branche.

Bei der Suche nach Praktikantinnen und Praktikanten können Sie auf die klassische „Mund-zu-Mund-Propaganda“ setzen, aber auch Kontakte mit Schulen und Lehrkräften aufbauen oder über Ihre Social-Media-Kanäle zu Bewerbungen aufrufen. Gute Praktika-Angebote und gute Ferienjobs pushen das Ausbildungsmarketing enorm und wirken sich positiv auf das Image des Arbeitgebers aus.

## **Werksführungen/Besichtigungen**



Schulen suchen immer wieder nach attraktiven Angeboten, welche den Lehrplan in ausgewählten Fächern abrunden. Gern gesehen sind Betriebsführungen. Dabei können sich Firmen und ihre Verantwortlichen für die Ausbildung zusammen mit den Azubis präsentieren und ihre Projekte und Arbeitsabläufe live zeigen. Wichtig ist dabei, dass die Führung nicht nur technische Informationen bietet, sondern anschaulich zeigt, wie ein Druckprodukt entsteht. Hier sollte man sich nicht scheuen, sich von der „Sendung mit der Maus“ inspirieren zu lassen.

Wenn Sie einen schönen Pausenraum haben, eine Betriebssportgruppe mit schicken T-Shirts ausgestattet haben oder Aktionen zugunsten der Umwelt oder des Gemeinwohls durchführen, sollten Sie dies auch präsentieren. Damit erreichen Sie die Jugendlichen auf der sehr persönlichen Ebene und das kann manchmal entscheidend sein.



## Soziale Medien

Die sozialen Netzwerke bestehen nicht nur aus Facebook und Twitter. Jugendliche nutzen vermehrt Instagram oder TikTok.

Die Pflege der sozialen Medien macht jedoch mehr Arbeit, als viele denken. Kanäle müssen regelmäßig mit gutem, optisch ansprechendem Content bestückt werden; verwaiste Profile ohne Interaktion sind dagegen eher nachteilig für das Unternehmensimage und machen bei Jugendlichen einen schlechten Eindruck. Wo die Interaktion steigt, wird hingegen schnell ein gutes und zeitnahes Community-Management nötig, um Fragen zu beantworten und gegebenenfalls zu moderieren.

Wenn Ihr Unternehmen bereits Portale in sozialen Medien unterhält, sollten diese selbstverständlich auch für das Recruiting verwendet werden.



## Regionale Schaltungen (z. B. Stadtmagazine)

Besonders in kleineren Städten haben Stadtmagazine und regionale Online-Portale einen hohen Stellenwert. Sie werden von Jung und Alt gleichermaßen gelesen. Meist bieten diese Magazine/Portale sehr lebensnahe Berichterstattungen aus der Region und werden als glaubhaft befunden.

Interessant wird es vor allem, wenn Sonderbeilagen zu den Themen Studium oder Ausbildung erscheinen. Mit Anzeigen, redaktionellen Beiträgen oder Online-Stellenanzeigen lassen sich Schüler/-innen und Eltern gezielt ansprechen.

Informationen über die Branche, Trends, wirtschaftliche Kennzahlen (z. B. für eine Pressemitteilung) finden sich im Jahresbericht des bvdm und auf [www.bvdm-online.de](http://www.bvdm-online.de).



## Lokale und regionale Maßnahmen

Mit regionalen Maßnahmen sind besonders Veranstaltungen wie Stadtfeste gemeint. Auf diesen Events lassen sich Ausbildungsthemen in einer entspannten Atmosphäre kommunizieren und Jugendliche direkt ansprechen. Auf regionalen Veranstaltungen können sich Unternehmen nicht nur präsentieren, sondern auch aktiv um Azubis werben.

Als Druckunternehmen haben Sie vielfältige Möglichkeiten, das Stadtfest zu unterstützen und zugleich für Ihr Unternehmen als Ausbildungsstätte zu werben. Druckdemos mit einem Bostontiegel oder im Siebdruck bedruckte Taschen sind ein Highlight auf Stadtfesten. Gerade für die junge Zielgruppe könnte sich aber auch eine Demonstration mit einer VR-Brille als zeitgemäßer Magnet eignen.

## Vereinsmarketing



Vereine sind bei allen Altersgruppen beliebt. Laut statistischem Bundesamt sind über 70 Prozent der 14- bis 18-Jährigen in Vereinen organisiert. Sei es nun der Fußballverein um die Ecke, der IT-Club, das Orchester oder die freiwillige Feuerwehr. Junge Menschen verbringen dort einen großen Teil ihrer Freizeit. Aber auch Eltern oder Großeltern sind dort anzutreffen und können – als Ratgeber ihrer Sprösslinge – für eine Ausbildung in Ihrem Unternehmen sensibilisiert werden.

Professionelles Vereinsmarketing bietet große Chancen für Ausbildungsunternehmen. Mit gezielten Werbemöglichkeiten, z. B. an den schwarzen Brettern der Vereine, auf der Vereinshomepage, als Trikot-Sponsor, Tassen- oder Kalender-Spender, sind die Möglichkeiten sehr breit gefächert.

Mitunter kann es aber auch schon helfen, Mitarbeiter/-innen aus dem eigenen Unternehmen zu motivieren, innerhalb ihrer Vereinszugehörigkeiten für die Druck- und Medienbranche und die Ausbildung im eigenen Betrieb zu werben.



## Auslage von Flyern oder Postkarten in Behörden

Behörden, wie die Agentur für Arbeit, die Berufsinformationszentren und die Einwohnermeldeämter, bieten die Möglichkeit, Flyer zu platzieren. Besonders in den wichtigen Zeiträumen von März bis August ist viel Betrieb in diesen Behörden, da junge Menschen sich in Fragen von Ausbildung und Studium beraten lassen.

Achten Sie bei Ihren Flyern – wie auch bei anderen Kommunikationsinstrumenten – darauf, dass Jugendliche sich eher weniger für Farbwerke oder Produktionsrekorde Ihrer Druckmaschinen interessieren. Natürlich können Sie auch auf die Flyer „MACH DEIN LEBEN BUNT!“ der Verbände Druck und Medien zurückgreifen, die Sie mit Logo und Ansprechpartner/-in personalisieren und in benötigter Auflage drucken können.

Achtung! Flyer-Kampagnen in Behörden müssen im Vorfeld genehmigt werden.



## Großformatige Banner

Großformatige Banner sorgen für Aufmerksamkeit und können dauerhaft an Gebäuden oder Zäunen montiert werden. Der temporäre Einsatz bietet sich bei Messen, Open-House-Veranstaltungen oder Schulabschlussveranstaltungen an.



## Azubis sprechen mit Azubis

Niemand kann so gut auf Augenhöhe mit potenziellen Auszubildenden sprechen wie Auszubildende. Jugendliche haben deutlich weniger Hemmungen, mit Gleichaltrigen über Karriere und Zukunft zu sprechen, als sich darüber mit Personalverantwortlichen zu unterhalten. Ob auf Messen, in Schulen, auf Events oder als Nachwuchs-Werbeaktion auf den Straßen ihrer Stadt. Ebenso können Sie zu fest terminierten Online- oder auch Video-Chats einladen, an denen auch Auszubildende teilnehmen. Oder Sie lassen Fragen per E-Mail von Ihrer Karriereseite aus zu.

## Azubi-Speed-Dating

Zehn Minuten Zeit, in denen sich ein Unternehmen und ein Jugendlicher/eine Jugendliche kennenlernen – und dann kommt der/die nächste Jugendliche. Es geht aber auch umgekehrt. Unternehmens-Speed-Dating gibt es ebenfalls.

Informieren Sie sich, ob Ihre IHK oder HWK Azubi-Speed-Datings anbietet und durchführt. Alternativ können Sie auch in Schulen aktiv werden. Erkundigen Sie sich, was Klassenleitungen der achten und neunten Klassen davon halten.



# DRUM

# PRÜFE,

# WER SICH BINDET!

Hat es mit der Nachwuchswerbung geklappt, dann gilt es nun, die Eignung der potenziellen Azubis zu beurteilen. Die speziell für die Medienberufe entwickelten Eignungstests sind ein hilfreiches Werkzeug, um die richtige Kandidatin oder den richtigen Kandidaten zu finden.

Was sollte bei einem Bewerbungsgespräch beachtet werden? Die Tipps zur Gesprächsführung und zu Fragen bei Bewerbungsgesprächen geben einen Überblick.

Mit der Checkliste zur Ausbildung stellen Sie sicher, dass Sie zum Ausbildungsstart nichts vergessen haben.

## Online-Eignungstest

Eignungstests erfreuen sich bei Jugendlichen einer sehr hohen Akzeptanz, da ihnen dadurch vermittelt wird, dass nicht nur ihre Schulnoten in die Entscheidung einfließen. Hier haben sie eine zusätzliche Möglichkeit, ihr Können zu zeigen. Die Kandidatinnen und Kandidaten empfinden das Online-Format zeitgemäßer, was sie positiv mit Ihrem Unternehmen assoziieren.

Der bvdM hat in Zusammenarbeit mit der u-form Testsysteme GmbH aktuelle Online-Eignungstests für die Druck- und Medienberufe erstellt. Diese sind speziell auf die Anforderungen der Berufe ausgerichtet. So ist beispielsweise beim Test für die Mediengestalter und Mediengestalterinnen das Niveau im Bereich der Deutschkenntnisse höher als bei den Medientechnologen und Medientechnologinnen. Der Test für die Packmitteltechnologe/Packmitteltechnologin enthält mehr Aufgaben zum räumlichen Vorstellungsvermögen. Zusätzlich stehen auch von u-form bereits angebotene Tests für kaufmännische Berufe zur Verfügung.

Das Online-Format ermöglicht es, dass die Tests von den Bewerberinnen und Bewerbern auch zu Hause durchgeführt werden können. Dadurch lassen sich Reisekosten vermeiden und es kann bei mehreren Bewerberinnen und Bewerbern eine erste Vorauswahl getroffen werden. Bei der Durchführung der Online-Tests im Unternehmen erhalten Sie zusätzlich einen persönlichen Eindruck von den möglichen Auszubildenden.

Die Ergebnisse stehen sofort nach Beendigung des Tests bereit und sind übersichtlich nach den einzelnen Testbereichen, wie Sprachkompetenz, Logik und Rechenkenntnisse, ausgewiesen. Auf diese Weise wird auf einen Blick dargestellt, wo die Stärken oder Schwächen der Bewerberinnen und Bewerber liegen. Die Ergebnisse sind für alle vergleichbar. Die Erfahrungen der Unternehmen sind durchweg positiv.

Mitgliedsbetriebe erhalten den Test zu Sonderkonditionen ohne Mindestabnahmemenge bei ihrem Landesverband.

## Tipps zur Gesprächsführung bei Bewerbungsgesprächen

### 1. Begrüßung

Sorgen Sie für eine angenehme, partnerschaftliche Gesprächsatmosphäre und zeigen Sie Verständnis für die eventuelle Nervosität des Bewerbers/der Bewerberin. Nach einer kurzen Vorstellung beginnen Sie mit lockeren, allgemeinen Fragen:

- Wie geht es Ihnen?
- Hatten Sie eine angenehme Anfahrt?
- bei virtuellen Vorstellungsgesprächen: Hat die Einwahl zum Meeting reibungslos funktioniert?

### 2. Fragen zum Unternehmen

Hat der/die Bewerber/-in sich mit dem Unternehmen auseinandergesetzt und interessiert sich wirklich für Ihr Unternehmen?

#### Mögliche Fragen:

- Wieso möchten Sie die Ausbildung gerade in unserem Unternehmen machen?
- Was wissen Sie über unser Unternehmen?

### 3. Fragen zur Schule

Anschließend können Fragen zur Schule gestellt werden, um den/die Bewerber/-in etwas besser kennenzulernen.

#### Mögliche Fragen:

- Was sind Ihre Lieblingsfächer in der Schule?
- Wie verstehen Sie sich mit Ihren Mitschülerinnen und Mitschülern und den Lehrkräften?
- Warum haben Sie sich für eine Ausbildung entschieden (statt Abitur oder Studium)?



#### 4. Fragen zur Ausbildung

Jetzt geht es konkret um die Ausbildung.

##### **Mögliche Fragen:**

- ❖ Wie stellen Sie sich einen typischen Tag in diesem Beruf vor?
- ❖ Was macht aus Ihrer Sicht diesen Beruf so interessant?
- ❖ Warum haben Sie sich für diesen Beruf entschieden?
- ❖ Was erwarten/erhoffen Sie sich von der Ausbildung?
- ❖ Welcher Bereich des Ausbildungsberufs interessiert Sie besonders?
- ❖ Was glauben Sie, muss man tun, um in diesem Beruf erfolgreich zu sein?
- ❖ Wie und wo haben Sie sich über unsere Ausbildung informiert?
- ❖ Hatten Sie ein Gespräch bei der Berufsberatung?
- ❖ Welche Möglichkeiten sehen Sie nach der Ausbildung für sich?
- ❖ Oder: Wie stellen Sie sich Ihre berufliche Zukunft vor?

#### 5. Fragen zur Persönlichkeit

Aus dem Lebenslauf kennen Sie die schulische Laufbahn. Jetzt wollen Sie den/die Bewerber/-in auch als Menschen und möglichen Mitarbeiter/mögliche Mitarbeiterin kennenlernen.

##### **Mögliche Fragen:**

- ❖ Welche Voraussetzungen bringen Sie Ihrer Meinung nach für die Ausbildung mit?
- ❖ Was sind Ihre persönlichen Stärken und Schwächen?
- ❖ Wie würde Ihre beste Freundin/Ihr bester Freund Sie beschreiben?
- ❖ Warum glauben Sie, dass Sie besonders geeignet für diese Ausbildung sind?
- ❖ Können Sie gut mit Stress umgehen?

## 6. Fragen zum Ende

Lassen Sie das Gespräch angenehm ausklingen und bieten Sie dem/der Bewerber/-in die Möglichkeit, noch Fragen zu stellen.

### **Mögliche Fragen:**

- ❖ Haben Sie sich noch bei anderen Betrieben beworben?
- ❖ Was machen Sie in Ihrer Freizeit?
- ❖ Gibt es noch Fragen von Ihrer Seite?

## 7. Verbotene Fragen

Es gibt Fragen, die in einem Bewerbungsgespräch verboten sind. Die Bewerber/-innen müssen deshalb – sofern sie überhaupt antworten – diese Fragen nicht wahrheitsgemäß beantworten.

### **Mögliche verbotene Fragen:**

- ❖ Sind Sie häufig krank?
- ❖ Sind Sie schwanger/Möchten Sie bald Kinder bekommen?
- ❖ Welcher Religion gehören Sie an?
- ❖ Sind Sie Mitglied einer politischen Partei oder einer Gewerkschaft?

## 8. Was sollten Sie tun, wenn der/die Bewerber/-in Sie bisher überzeugt hat?

Wenn Sie der/die Bewerber/-in bisher überzeugen konnte, dann sprechen Sie unbedingt die folgenden Punkte zum Verlauf der Ausbildung an.

### **Verlauf der Ausbildung skizzieren:**

Im Ausbildungsvertrag treffen Sie und der/die Bewerber/-in eine Reihe von Absprachen. Machen Sie ihm/ihr schon im Vorstellungsgespräch klar, was ihn/sie erwartet. So ersparen Sie sich Missverständnisse. Werten Sie es als Interesse an der Ausbildung, wenn der/die Bewerber/-in selbst nach diesen Punkten fragt. Tut er/sie es nicht, geben Sie ihm/ihr trotzdem Informationen zu den folgenden Fragen:

- ❖ Wie ist die Ausbildung sachlich und zeitlich gegliedert?
- ❖ Was ist das Ziel der Ausbildung?

- ❖ Wie lange dauert die Ausbildung? Wann beginnt, wann endet sie?
- ❖ Wie lang ist die Probezeit?
- ❖ Wo findet die Ausbildung statt?
- ❖ Wie hoch ist die Ausbildungsvergütung? Wann wird sie gezahlt?
- ❖ Wie ist die tägliche Ausbildungs- und Arbeitszeit geregelt?
- ❖ Wie viel Urlaubsanspruch haben die Azubis?
- ❖ Welche Tarifverträge, Betriebs- und Dienstvereinbarungen sind auf das Ausbildungsverhältnis anzuwenden?
- ❖ Welche Berufsschule ist zuständig?

## 9. Bereiten Sie sich auf Gegenfragen vor

Geben Sie dem/der Bewerber/-in im Gespräch auch die Gelegenheit, Fragen an Sie zu richten. Bereiten Sie sich vor allem auf Fragen zu Zukunftsaussichten des angestrebten Berufsbildes und zu Ihrer Firma vor.

Wenn das Gespräch vorbei ist, bedanken Sie sich beim Bewerber/der Bewerberin und sagen Sie ihm/ihr, bis wann er/sie mit Ihrer Entscheidung rechnen kann.

## 10. Nachbereitung

Solange Ihre Eindrücke noch frisch sind, sollten Sie sich ein paar Notizen zum Gesprächsverlauf und Ihren Erkenntnissen machen:

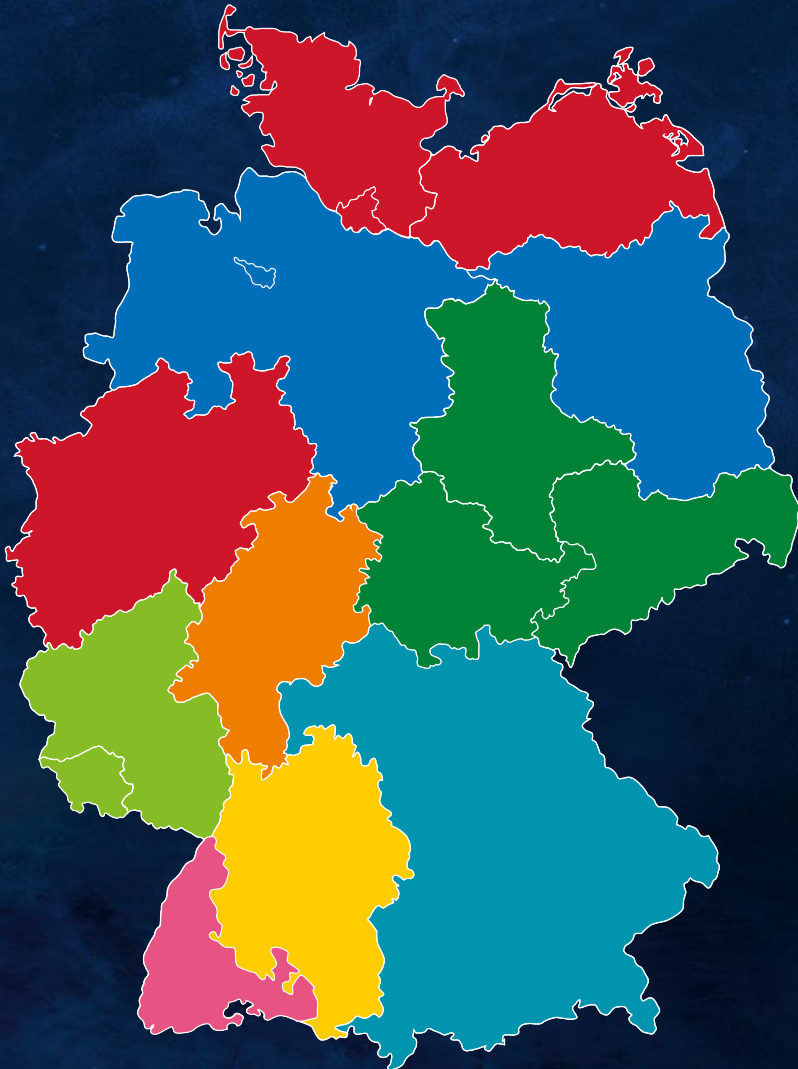
- ❖ War der/die Bewerber/-in immer sachlich und freundlich?
- ❖ Ist er/sie bei unangenehmen Fragen, etwa nach schlechten Noten, ausgewichen?
- ❖ Erfüllt er/sie die Anforderungen, die Sie an ihn/sie stellen?
- ❖ Hatte er/sie sich über den Beruf und Ihr Unternehmen informiert?
- ❖ Konnte er/sie Sie von seinem/ihrer ehrlichen Interesse an der Ausbildung überzeugen?
- ❖ Haben Sie die Originalzeugnisse gesehen?

# CHECKLISTE

## Haben Sie zu Beginn des neuen Ausbildungsverhältnisses an alles gedacht?

- Aktueller Ausbilderschein vorhanden?
- Aktuelle Ausbildungsordnung dem/der Auszubildenden ausgehändigt?
- Betrieblichen Ausbildungsplan als Anlage zum Ausbildungsvertrag angefügt?
- Ausbildungsvertrag liegt unterschrieben vor?
- Eintragung des Berufsausbildungsvertrages bei der zuständigen Kammer erfolgt?
- Berufsausbildungsvertrag von der Kammer genehmigt?
- Berichtsheft bzw. Ausbildungsnachweis dem/der Auszubildenden ausgehändigt (auch digital möglich)?
- Bescheinigung über die ärztliche Erstuntersuchung (§32 Abs. 1 Jugendarbeitsschutzgesetz) bei minderjährigen Azubis liegt vor?
- Auszubildende bei der Berufsschule angemeldet?
- Auszubildende bei der Krankenkasse angemeldet?
- Sozialversicherungsnachweis liegt vor?
- Belehrung über Unfall- und Gesundheitsgefahren unter Verwendung der Vorschriften der Berufsgenossenschaft durchgeführt?
- Jugendarbeitsschutzgesetz und die Unfallverhütungsvorschrift der Berufsgenossenschaft dem/der Auszubildenden ausgehändigt?
- Begleitende Kurse reserviert?

**WIR HELFEN  
GERNE!**



**Verband Druck + Medien  
Nord-West e.V.**

Michael Becker  
Tel. 02306/202 62-34  
bildung@vdmnw.de  
www.vdmnw.de

**Verband Druck und Medien  
NordOst e.V.**

Katrin Stumpfenhausen  
Tel. 0511/338 06-30  
bildung@vdmno.de  
www.vdmno.de

**Verband Druck und Medien  
Mitteldeutschland e.V.**

Antje Steinmetz  
Tel. 0341/868 59-0  
bildung@vdm-mitteldeutschland.de  
www.vdm-mitteldeutschland.de

**Verband Druck und Medien  
Hessen e.V.**

Cordula Hofacker  
Tel. 069/95 96 78-16  
bildung@vdmh.de  
www.vdmh.de

**Verband Druck und Medien  
Rheinland-Pfalz und Saarland e.V.**

Felix Mayer  
Tel. 06321/852-275  
verband@druckrps.de  
www.druckrps.de

**dmpi – Industrieverbände  
Druck und Medien, Papier-  
und Kunststoffverarbeitung  
Baden-Württemberg**

Melanie Erlewein  
Tel. 0711/45 044-50  
bildung@dmpi-bw.de  
www.dmpi-bw.de

**verband papier, druck  
und medien südbaden e.V.**

Kathrin Duschek  
Tel: 0761/79 079-11  
bildung@medienverbaende.de  
www.medienverbaende.de

**Verband Druck und Medien  
Bayern e.V.**

Christoph Görke  
Tel. 089/330 36-232  
bildung@vdm-b.de  
www.vdm-b.de

---

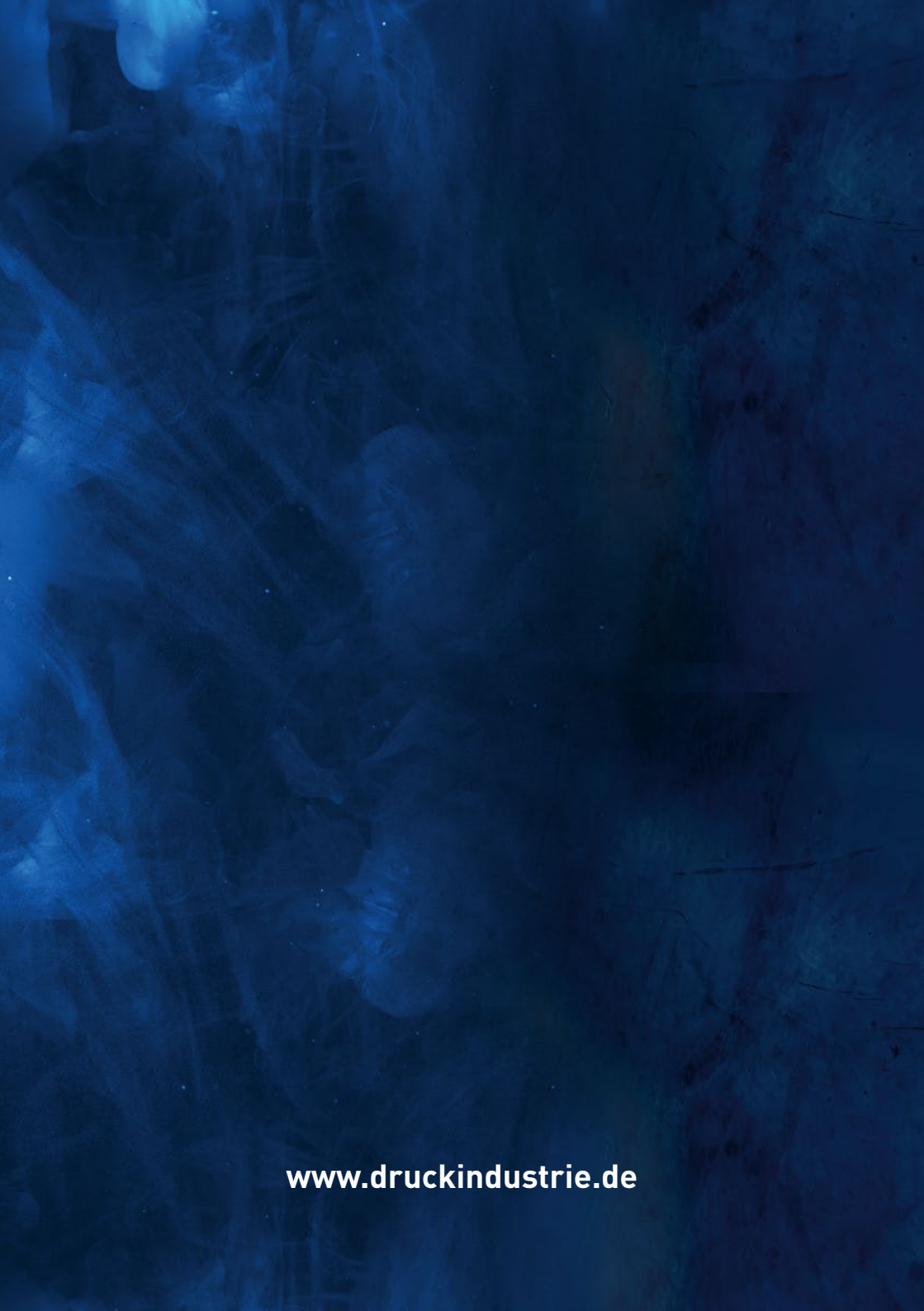
**Impressum**

**Herausgeber:** Bundesverband Druck und Medien e. V. (bvdm), Friedrichstraße 194–199, 10117 Berlin, Tel. 030/20 91 39-0, bildung@bvdm-online.de, www.bvdm-online.de

**Redaktion:** Frank Fischer und Bettina Knape, bvdm; **Gestaltung:** Verena Rembeck, VDDB

© 2021 Bundesverband Druck und Medien e. V. (bvdm), Berlin

Das Werk einschließlich seiner Einzelbeiträge und Abbildungen ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts ist ohne Zustimmung des Herausgebers unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.



[www.druckindustrie.de](http://www.druckindustrie.de)