

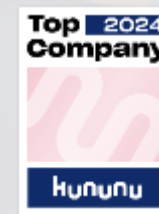
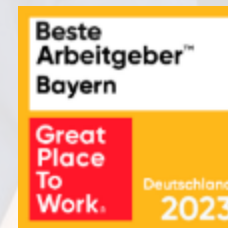


ISO GRUPPE ■
IT | Systems · Solutions · Services

Azubi-Recruiting

Die GenZ erreichen und gewinnen

11.03.2021



AGENDA

1. Aktuelle Marktlage und Situation in den Unternehmen
2. Azubi-Recruiting Basics
3. Personas als Schlüssel
4. GenZ im Recruiting
5. Prozess und Touchpoints
6. Impulse zum Umdenken
7. Feedback und Abschluss



A hand in a dark suit sleeve is shown from the right, holding a glowing, translucent blue sphere. The background is dark with a bokeh effect of light circles. A white rectangular box is centered over the image, containing the title text.

KURZVORSTELLUNG

SIMON KLINGENMAIER



- Studium: Dipl. Betriebswirt (FH)
- Stationen als betriebswirtschaftlicher Berater und Softwareberater, Teamleiter, Trainer
- Seit 2014 Führungserfahrung im Bereich Personal, Personalbeschaffung, Bereichsleitung
- Initiator / Organisator HR-Netzwerk Mainfranken
- Initiator / Vorstandsvorsitzender IT-Verband Mainfranken
- Lehrauftrag der THWS: Personalmanagement und Recruiting



DIE ISO-GRUPPE

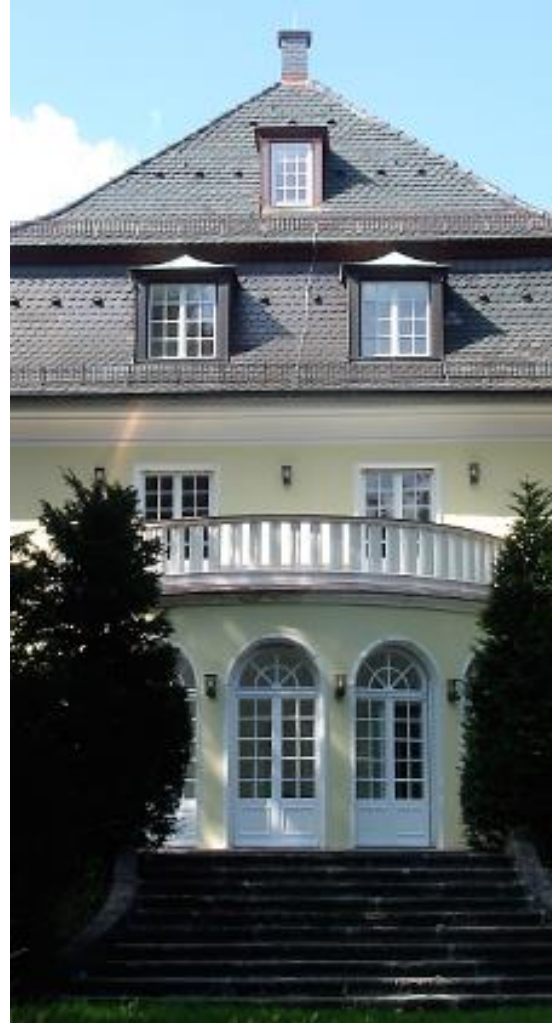
DIE ISO-GRUPPE

- Familienunternehmen
- 1979 gegründet
- Firmensitz: Nürnberg
- Über 650 Mitarbeitende
- Softwareentwicklung und IT Dienstleistung
- Branchen: Touristik, Airlines, Flughäfen, Medizintechnik, Automatisierungstechnik, Öffentliche Verwaltung



DIE ISO-GRUPPE

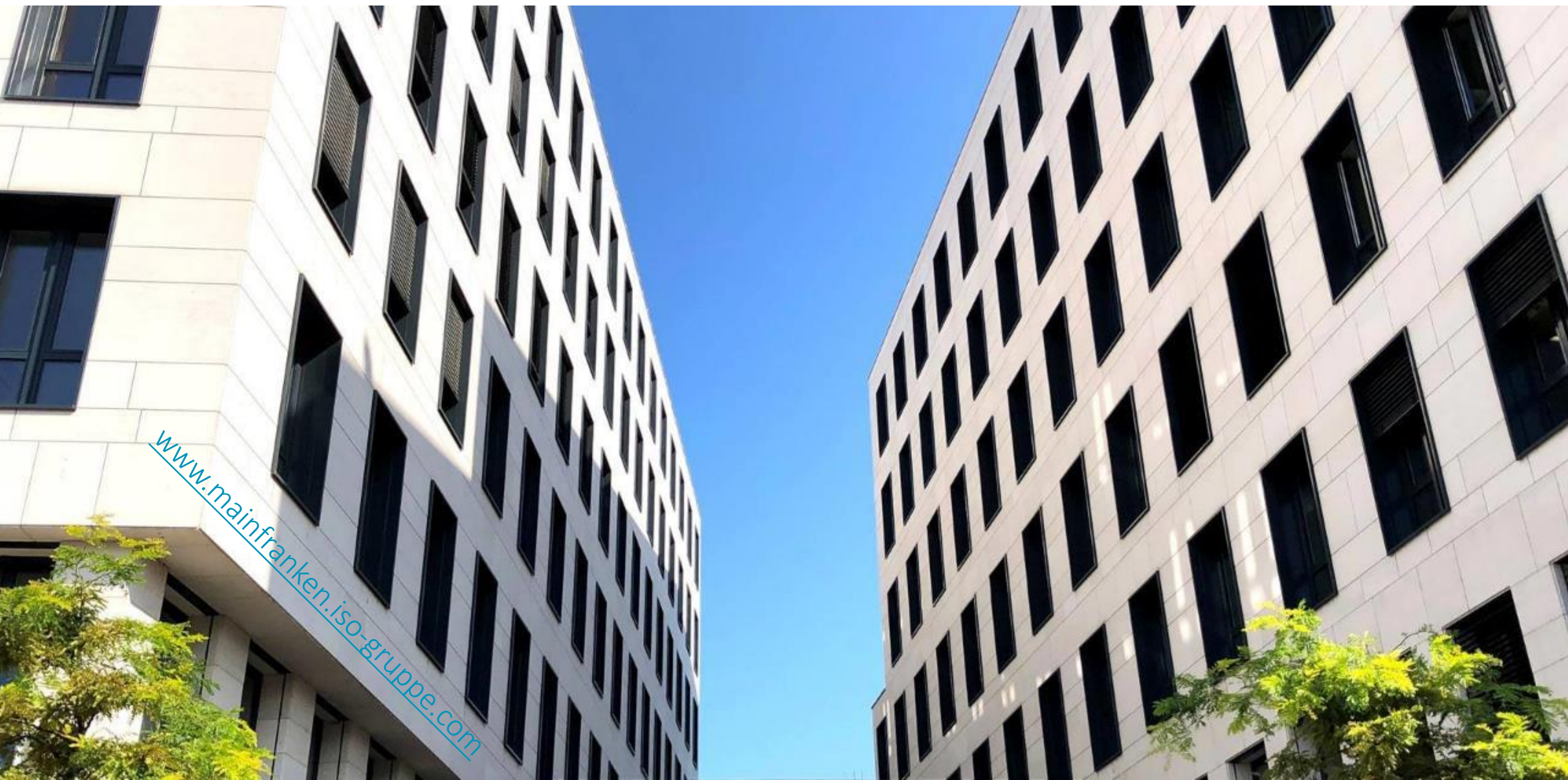
- Ihr Partner aus Bayern
 - Wir finden die richtige Lösung
 - IT-Services
 - IT-Support
 - Softwareentwicklung
 - IT-Personal
- www.iso-gruppe.com



ISO-MAINFRANKEN

- Partner für die Digitalisierung des regionalen Mittelstands
- Passende Lösungen für die großen Herausforderungen – IT-Personal, IT-Infrastrukturen und digitale Lösungen
- Themen
 - IT-Dienstleistungen und Services
 - IT-Personaldienstleistungen
 - Softwareentwicklung





www.mainfranken.iso-gruppe.com

ACHTUNG!

Es wird wild 😊



A high-speed photograph of a water splash on a blue background. The splash is in the center, creating a crown-like shape with ripples. The background is a gradient of blue with bokeh light effects. A grey rectangular box is in the top right corner containing white text.

IMPULSE UND DENKANSTÖSSE

Mehr gerne ein anderes Mal

A person in a white shirt is sitting at a desk, holding a pen over a laptop. The laptop screen displays various charts and graphs, including a bar chart with blue and green bars and a line graph. The person's hand is visible, holding the pen. The background is a blurred office setting.

AKTUELLE MARKTLAGE

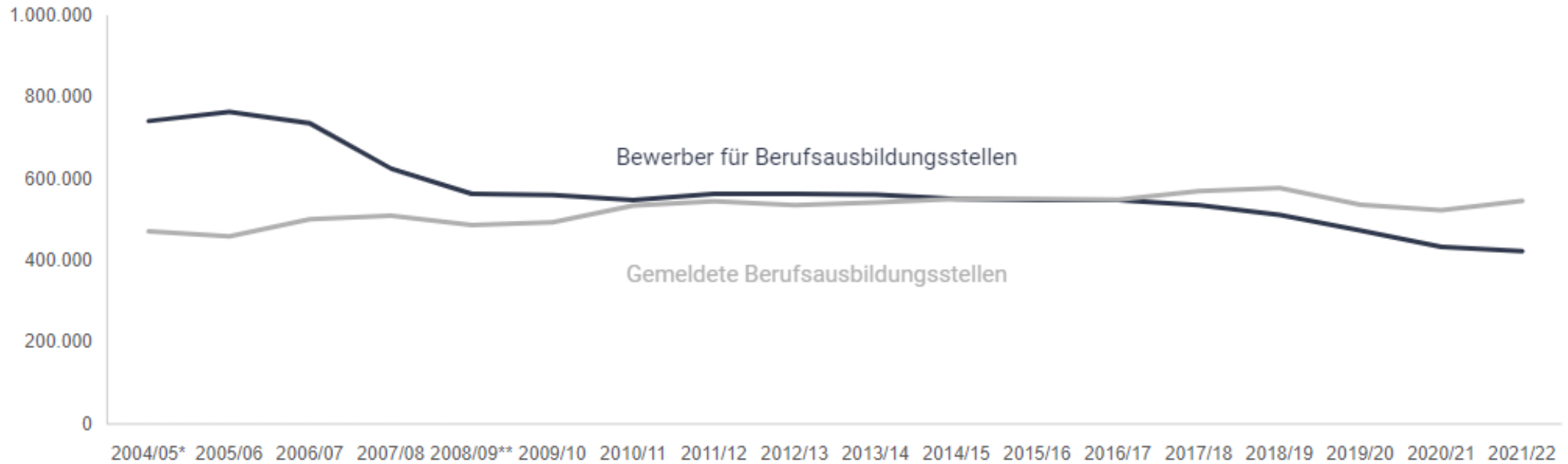
Wo stehen wir aktuell

AKTUELLE MARKTLAGE

- Weniger Kandidat:innen als Ausbildungsplätze
- Ansprüche sind gestiegen
- Eingeschränkte Mobilität
- Kandidat:innen suchen online



Ausbildungsmarkt - Zeitreihengrafik



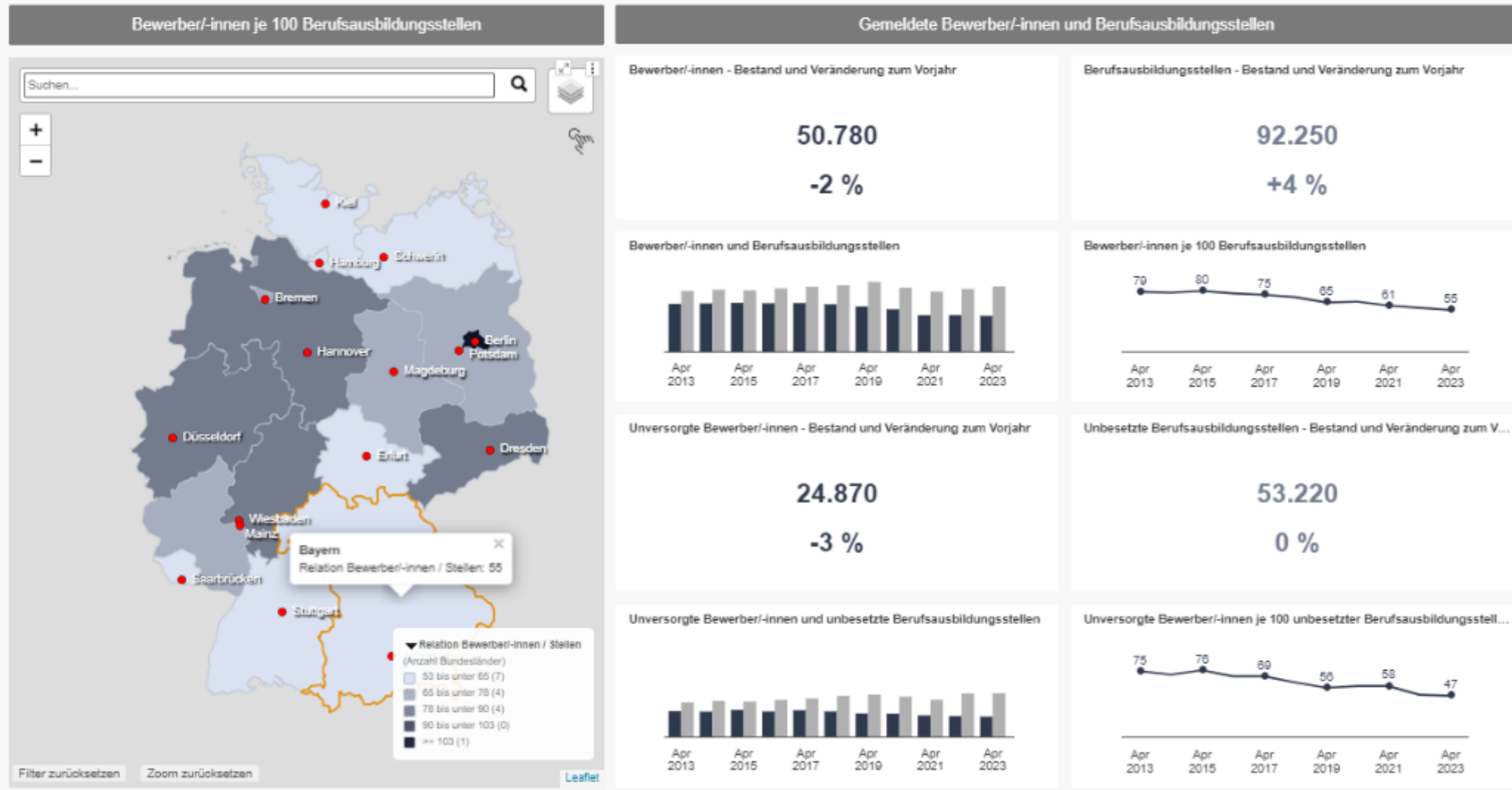
* Ein Berichtsjahr umfasst jeweils den Berichtszeitraum vom 1. Oktober bis Ende September des Folgejahres.

**Ab 2008/09 inkl. von den zugelassenen kommunalen Trägern gemeldeten Bewerber.

[Aktuelle Eckwerte - Statistik der Bundesagentur für Arbeit \(arbeitsagentur.de\)](https://www.arbeitsagentur.de)

Diagramme

Land: Bayern
Gebietsstand: April 2023
Berichtsmonat: April 2023
Berufsausbildungsstellen: Insgesamt



[Ausbildungsmarkt - Statistik der Bundesagentur für Arbeit \(arbeitsagentur.de\)](https://arbeitsagentur.de)

Diagramme

Land: Bayern

Gebietsstand: April 2023

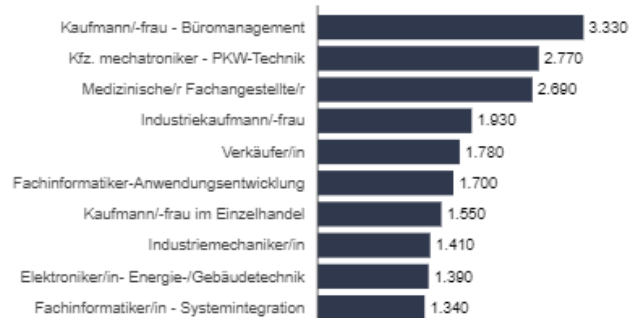
Berichtsmonat: April 2023

Geschlecht: Insgesamt

Berufsausbildungsstellen: Insgesamt

Top-Berufe bei den gemeldeten Bewerber/-innen

Bewerber/-innen

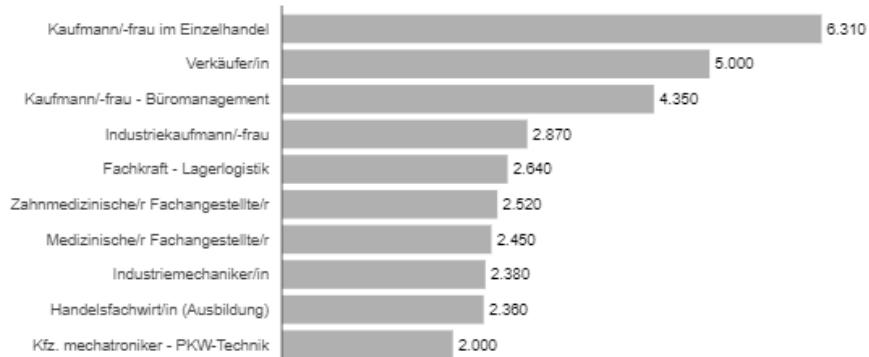


Unversorgte Bewerber/-innen



Top-Berufe bei den Berufsausbildungsstellen

Berufsausbildungsstellen



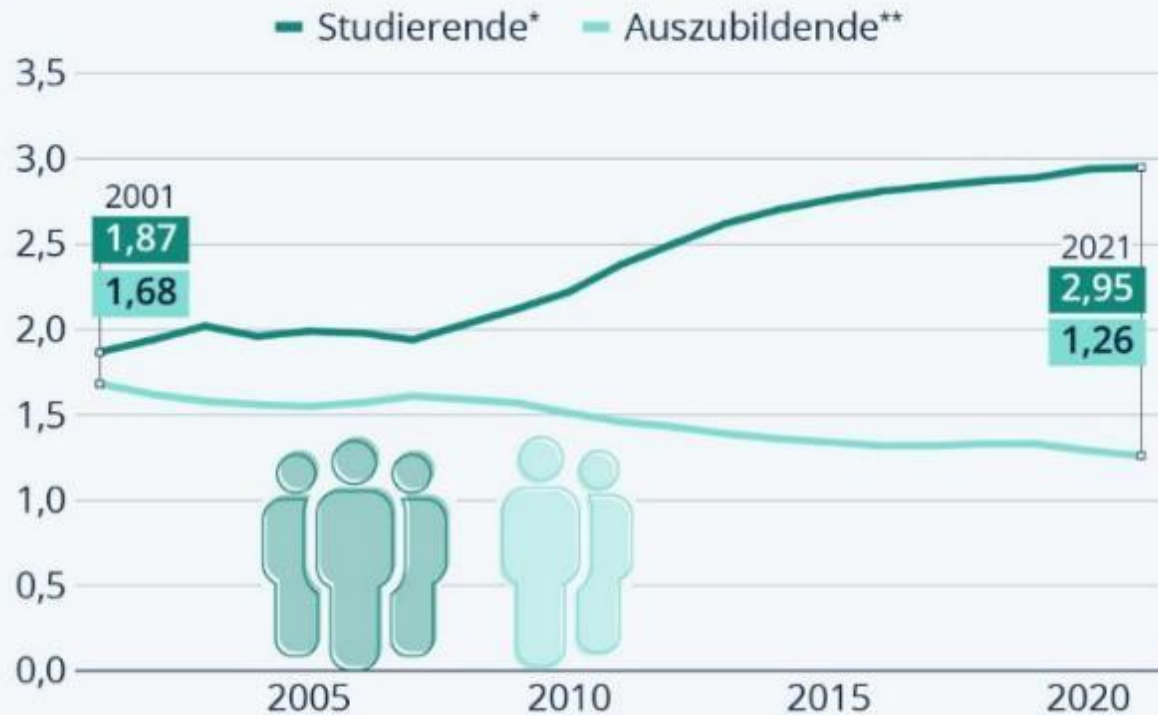
Unbesetzte Berufsausbildungsstellen



[Ausbildungsmarkt - Statistik der Bundesagentur für Arbeit \(arbeitsagentur.de\)](https://arbeitsagentur.de)

Mehr Studis – weniger Azubis

Anzahl der Auszubildenden und der Hochschul-Studierenden in Deutschland (in Mio.)



* Zahlen beziehen sich auf das im jeweiligen Jahr beginnende Wintersemester

** Stichtag jeweils 31.12.

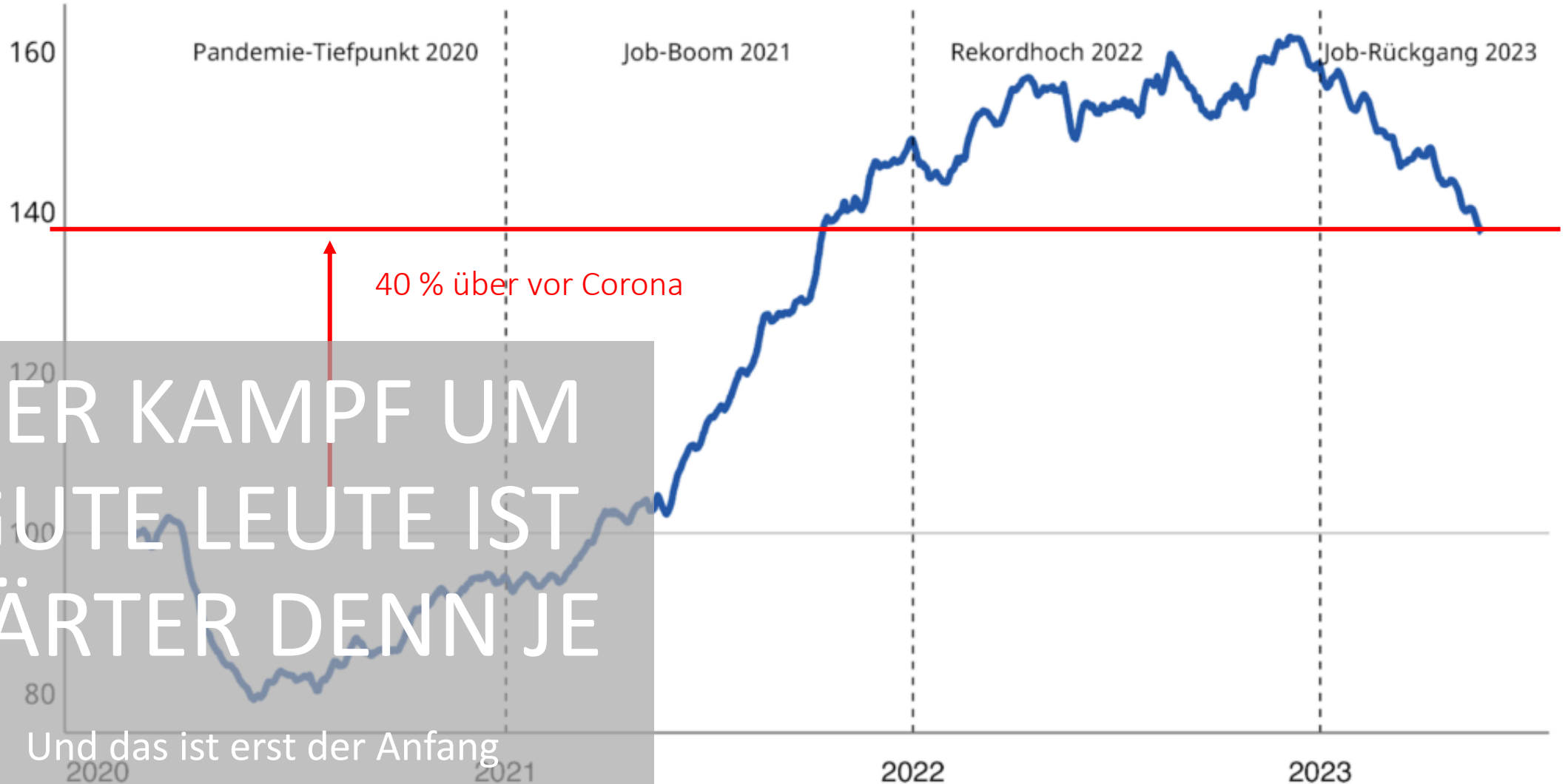
Quelle: Statistisches Bundesamt



statista

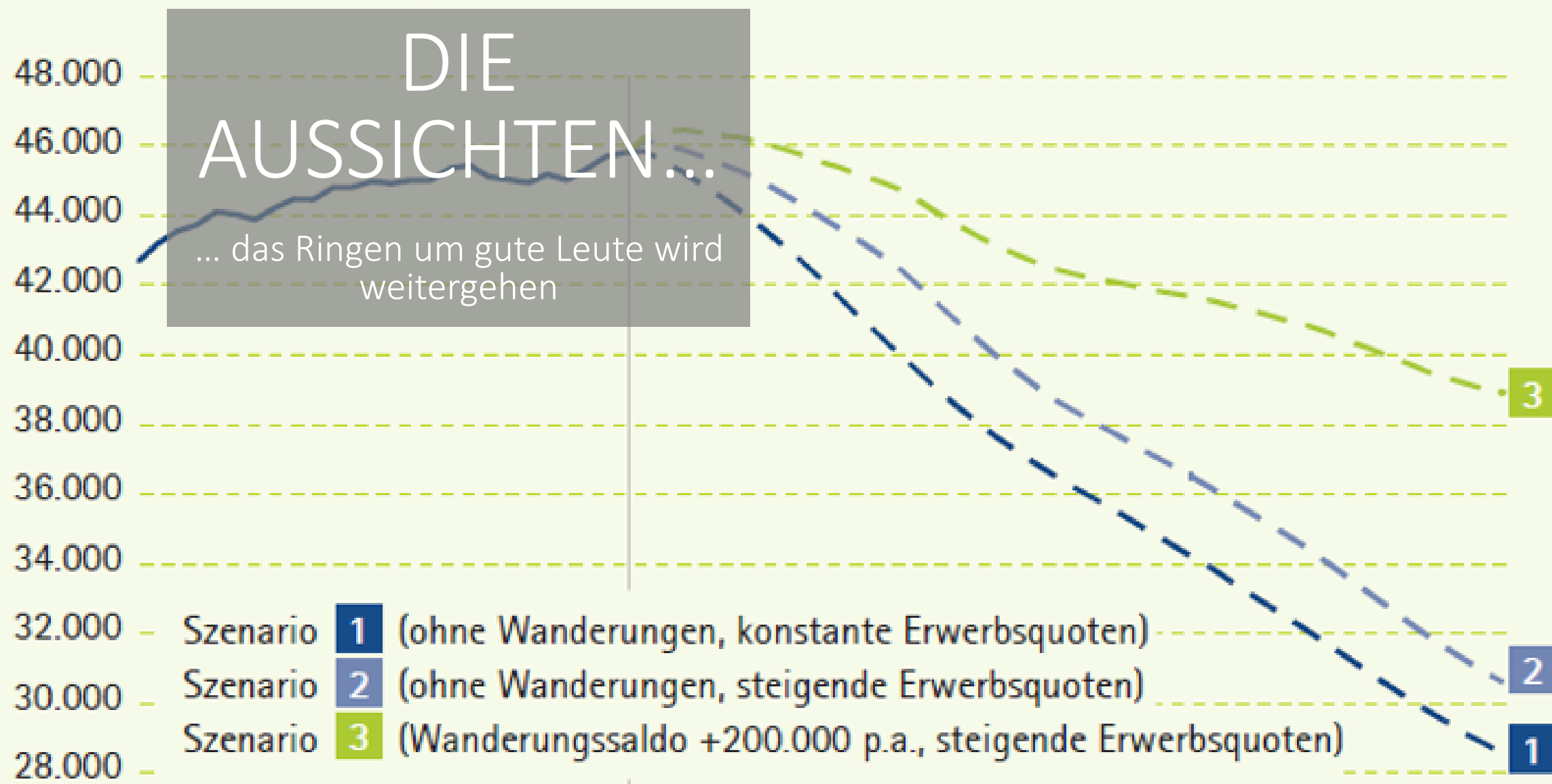
Arbeitsmarkt kühlt sich im bisherigen Jahresverlauf deutlich ab

Indeed-Job-Index, 01.02.2020 = 100, Stellenanzeigen auf Indeed in Deutschland, saisonal bereinigt, Daten bis 26.05.2023



Erwerbspersonenpotenzial bis 2060

Szenarien mit unterschiedlichen Annahmen, jeweils Jahresdurchschnitte, in 1.000 Personen (Basisjahr 2015)



So sieht es aktuell bei uns aus



Das macht Azubi-Recruiting besonders 220 antworten



GUTE LEUTE HABEN EINEN JOB

Lesen keine Jobanzeigen, sind nicht aktiv auf der Suche und müssen nicht wechseln



HARTER WETTBEWERB

Wie können mittelständische Firmen und Firmen außerhalb der großen Ballungszentren die Aufmerksamkeit der Kandidat:innen bekommen?



HERAUSFORDERUNG

- Mangelnder Bekanntheitsgrad von mittelständischen Unternehmen
- Absolvent:innen bewerben sich erst mal bei Leuchtturmmarken am Arbeitsmarkt und gehen in die Ballungszentren



DIE LÖSUNG

- Bekanntheitsgrad steigern durch
 - Zielgruppenspezifische Kampagnen
 - Employerbranding
 - Digitale Reichweite
 - Sichtbarkeit in Alltag und Freizeit



A close-up photograph of a person's arm and torso in a workshop. The person is wearing a blue and white plaid shirt with the sleeves rolled up and a yellow leather tool belt. A hand is visible near a blue clamp on a wooden workbench. The background is a blurred workshop environment with wooden surfaces.

HARTER WETTBEWERB

Der Kampf um Azubis ist in vollem Gange

MEHR PRÄSENZ AN GYMNASIEN

Am besten gemeinsam mit anderen
Unternehmen



KLINGT KOMISCH

—

IST ABER SO

Mehr Wettbewerb, aber gemeinsam
sind wir stark – Werben für Ausbildung



PRÄSENZ ZEIGEN AN GYMNASIEN

- Kontakt suchen über Angebote für **P-Seminar**
- **Indirekt** über Kooperation **werben** und bei den Gymnasiast:innen bekannter werden
- **Nicht mit der Türe ins Haus fallen!**
- Mit gemeinsamen Angebot von mehreren Unternehmen bringt es den Gymnasien einen **Mehrwert**



A group of diverse young professionals in a meeting, smiling and giving thumbs up. The scene is set in a modern office with a whiteboard and a coffee cup on the table. The text is overlaid on a semi-transparent white box.

AZUBI-RECRUITING BASICS

Das macht Azubi-Recruiting besonders

AZUBI-RECRUITING-BASICS - KOMMUNIKATION

- Die Kommunikation muss auf zwei Generationen ausgerichtet werden
- Auswirkung auf
 - Wording / Ansprache - Du oder Sie
 - Kommunikationskanäle: Facebook oder Instagram
 - Darreichungsform der Informationen: ausführlich und faktenorientiert oder kurz, knapp und emotional



AZUBI-RECRUITING-BASICS - KONTAKTPUNKTE



- Schule / Weg zur Schule
- Freizeit, Hobby
- Social-Media
- Medien allgemein

AZUBI-RECRUITING-BASICS – AUTHENTISCH SEIN



- Jugendliche haben einen feinen Fühler dafür
- Wenn es klingt, wie wenn es die Eltern ihnen einreden wollen, funktioniert es nicht
- Keinen Berufsjugendlichen spielen

AZUBI-RECRUITING-BASICS – GLEICHALTRIGE SPRECHEN LASSEN

- Gleichaltrige Azubis sprechen lassen
- Beim Wording der Botschaften die Azubis mit einbeziehen
- Lieber etwas unprofessioneller und weniger „weichgespült“



AZUBI-RECRUITING-BASICS – AUSBILDUNGSBERUFE ÜBERSETZEN



- Berufsbezeichnungen sind oft abstrakt
- Fragestellungen beantworten
- Was macht man in diesem Beruf?
- Für wen ist der Beruf das Richtige?
- Was muss man können?
- Wie sieht das Ergebnis aus?

DIGITAL BEGEISTERN

- Digital Natives wollen digital begeistert werden
- Kandidat:innen finden eher Messen, Infotage, Aushänge, Zeitungsanzeigen und Vorstellungsgespräche befremdlich
- Kandidat:innen haben kein Problem mit Videointerview! – Personaler vielleicht schon?
- Passende Kanäle für Information und Kommunikation wählen





EINE ZIELGRUPPE?

Oder doch vielschichtiger?

GIBT ES UNTERSCHIEDE?

- Können wir alle Azubis der unterschiedlichen Ausbildungsberufe gleich erreichen, begeistern und aktivieren?



PERSONAS ALS SCHLÜSSEL

- Herausarbeiten von Besonderheiten
- Impulsfragen:
 - Was begeistert die Zielgruppe
 - Typisieren
 - Herausarbeiten von Interessen, Hobbies, Charakteristika





GEN Z IM RECRUITING

Wirklich so schlimm?



UND JETZT NOCH „DIESE GENZ“ 😊

Digitaler, anspruchsvoller und einfach anders als
die Boomer?

Das verbinde ich mit der GenZ

199 antworten



DAS IST WICHTIG

Themen, die bewegen



FÜHRUNG

The image features a sunset background with two silhouetted figures climbing a hill. One figure is higher up, reaching out with their right hand towards the other figure who is lower down. The sun is positioned between the two figures, creating a bright glow. The overall scene conveys a sense of teamwork and leadership.

So funktioniert es mit der GenZ

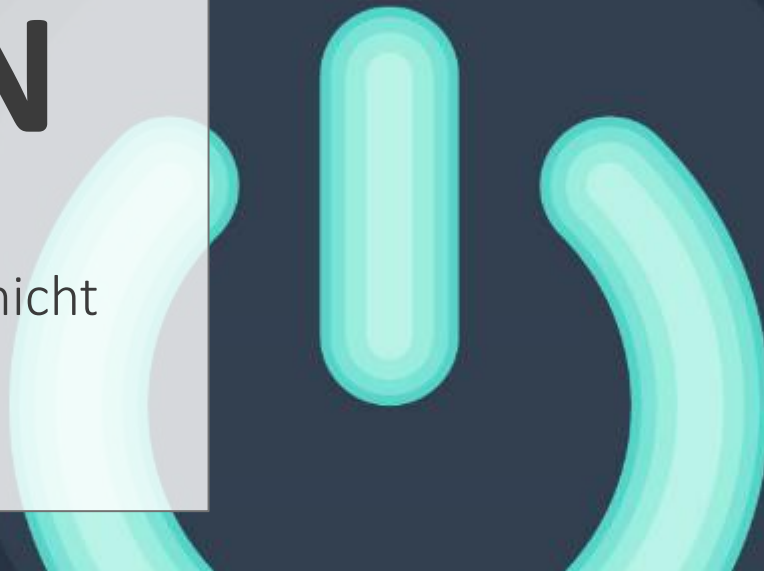


SO ANDERS?

Nicht nur bei der GenZ hat sich was
gewandelt

AKTIVIEREN

Wie aktivieren wir jemanden, der nicht sucht?



ZIELGRUPPEN- SPEZIFISCH

Von der Persona ableiten bzw.
Unterpersonas bilden



DIGITAL BEGEISTERN

digital auffindbar sein und aktiv auf
Zielgruppe zugehen



WENN WIR SCHON GESUCHT WERDEN...

...dann sollten wir auch gefunden werden





DIGITAL AKTIVIEREN

Zielgruppenspezifische Online-Kampagnen,
Active Sourcing und Networking

A close-up photograph of two hands, one from the left and one from the right, holding a bright, glowing sun. The sun is positioned between the fingers, creating a lens flare effect. The background is a soft, out-of-focus sunset sky with warm orange and yellow tones. The hands are silhouetted against the bright light of the sun.

NIE OHNE HASHTAGS

Reichweite und Sichtbarkeit in
Onlinekampagnen

LEICHT VERDAULICH MUSS ES SEIN

Informationen kurz, knapp und digital
zugänglich





MITARBEITENDE WERDEN ZU BOTSCHAFTER:INNEN

Reichweite und Sichtbarkeit in Onlinekampagnen



ECHTE GESICHTER MACHEN DEN UNTERSCHIED

In Bild, Ton und Video – Social-Media in
Kombination mit Employee-Involvement und
Influencer-Power



IM
ALLTAG
ÜBER-
RASCHEN

Zielgruppenspezifisch
geht auch im Alltag

A collection of light bulbs is scattered across a dark surface. One bulb in the center-right is illuminated, casting a warm glow. The glowing bulb has a circular logo on its glass that reads "YOUR LOGO" in white capital letters. The logo is surrounded by a thin border with the text "YOUR DESIGN HERE" repeated twice. The other bulbs are unlit and appear as dark, reflective spheres.

MARKE SICHTBAR MACHEN

Employer-Branding entwickeln –
Bekanntheit und Reichweite ausbauen

KLICK-JOURNEY TESTEN

Einfach muss es sein – schnell muss es
gehen



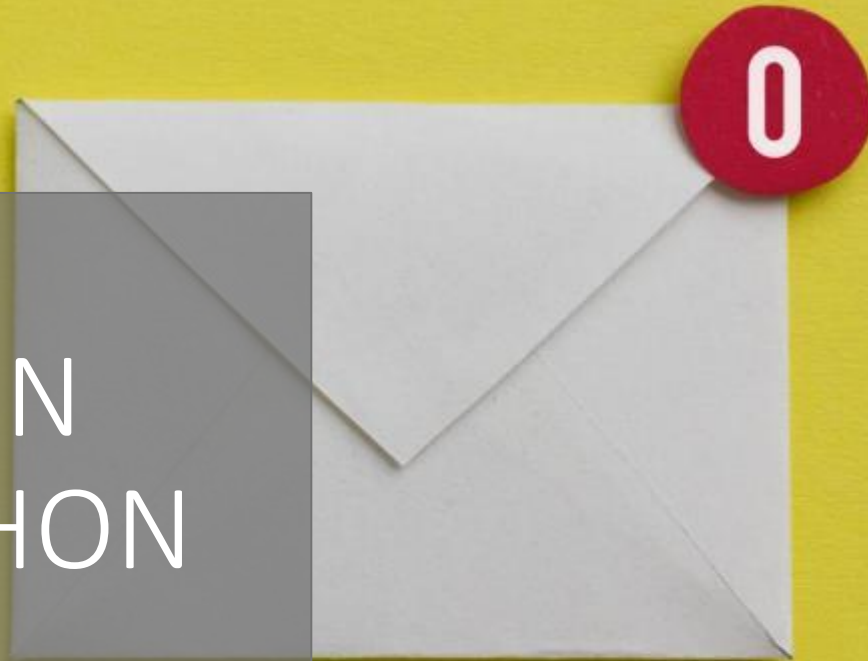
The image features two stylized, vintage-style robots against a bright yellow background. The robot on the left is red and has a tall, cylindrical head with a coiled white wire for a mouth. It has large, white, circular eyes with black pupils. The robot on the right is blue and has a similar coiled wire head and large, yellow, circular eyes with black pupils. A white rectangular box is centered in the image, containing the word 'KOMMUNIKATION' in large, bold, black capital letters, and the German phrase 'Die wollen doch einfach nur mit uns reden...' in a smaller, black, sans-serif font below it. Two thin white lines extend from the coiled wire mouths of the robots towards the text box, suggesting they are speaking or communicating.

KOMMUNIKATION

Die wollen doch einfach nur mit uns reden...

KEINE
BEWERBUNGEN
HABEN SIE SCHON

Barrieren runter!



BEWERBUNG LEICHT GEMACHT

Einfach muss es sein



BEWERBUNG LEICHT GEMACHT

- Fahren Sie die **Barrieren runter**
- **Einfache Bewerbungsmöglichkeit** ohne Anmeldung, Form, Anhänge und formales Anschreiben
- **One-Klick-Bewerbung** mit Hilfe von Verlinkung eines Business-Profils
- **Bewerbung** muss **mobil** erstellt werden können
- Auch wer nicht in der aktiven Bewerbungsphase ist, muss sich bewerben können
- Unkomplizierte Kontaktaufnahme für Interessierte und Fragen ermöglichen





KOMMUNIKATION LEICHT GEMACHT

Dort führen, wo der Kontakt entstanden
ist – kurze Reaktionszeiten

KOMMUNIKATION LEICHT GEMACHT

- Schön, dass du mit uns reden willst!
- Möglichkeit zur **unkomplizierten Kommunikation** von unterschiedlichen Plattformen **bieten und organisieren**
- Konkrete Ansprechpartner:in nennen



KOMMUNIKATION MIT KANDIDAT:INNEN

- Authentisch
- Zielgruppenspezifisch
- Konkret
- Angemessen in der Frequenz
- Dort führen, wo sie die Kandidat:innen wünschen bzw. wo der Kontakt entsteht





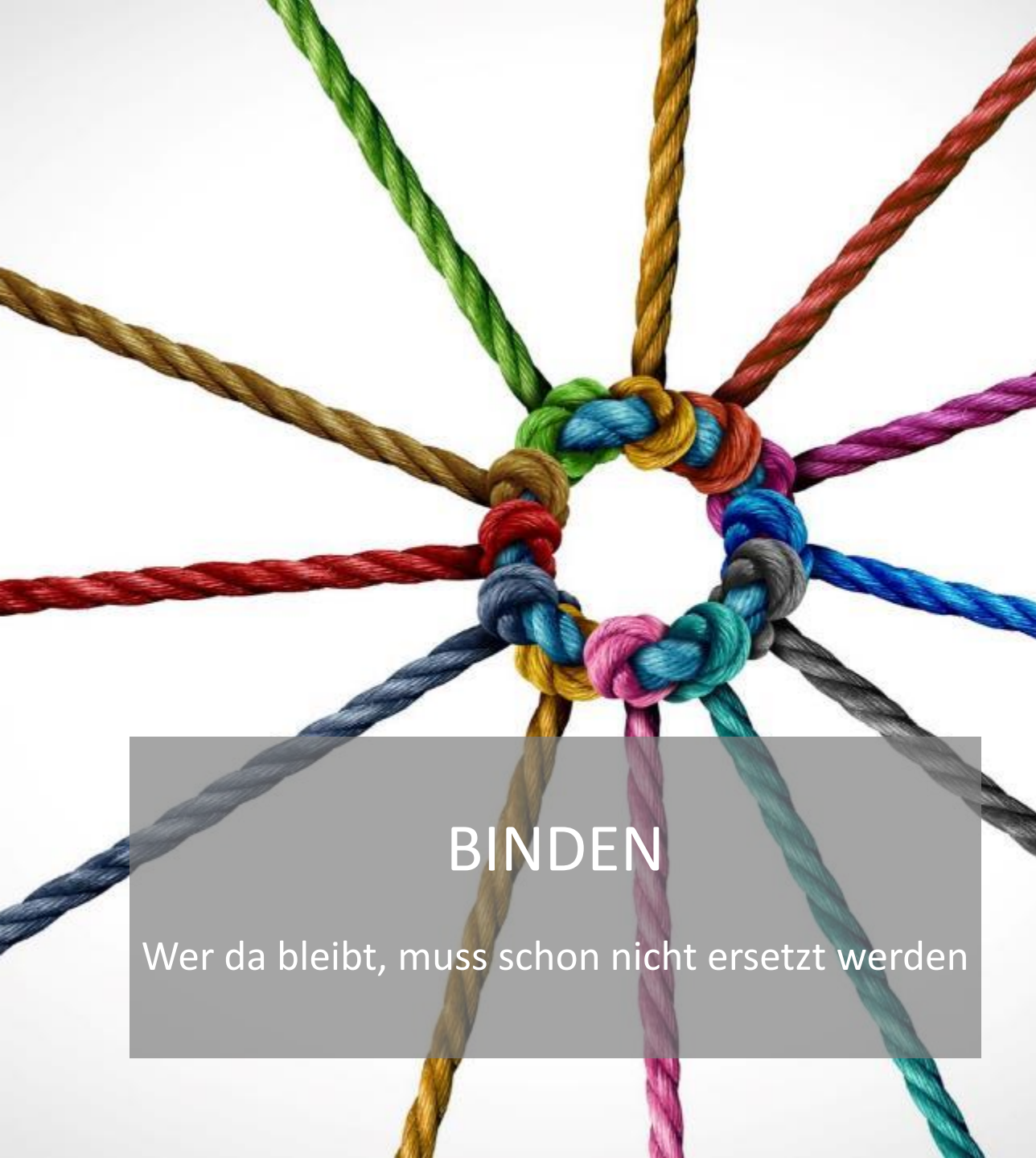
BENEFITS DIE GEWINNEN UND BINDEN

Was ist das richtige Setup für die GenZ?

DAFÜR SOLL ICH AN DEN START?

Das Gesamtpaket muss stimmen





BINDEN

Wer da bleibt, muss schon nicht ersetzt werden



GEWINNEN

Neue Köpfe für unser geplantes Wachstum



DAS PAKET MUSS STIMMEN

Mehr als nur Gehalt

BINDEN - MODALITÄTEN / BASICS



- Das **Paket** muss stimmen und optimiert werden
 - **Marktgängiges Gehalt**
 - Innovative technische **Ausstattung**
 - **Perspektiven** aufzeigen und Veränderung ermöglichen
 - Spannende **Themen und Technologien**
 - **Weiterbildung**
(individuell, kleinteilig, digital)
 - **Firmenwagen / Mobilität**
 - Weitere bindende bzw. gewinnende Benefits



ANDERS



ENTLASTEN



BINDEN

BINDEN - MODALITÄTEN / BENEFITS



- Weit mehr als Obstkorb, Getränke und Firmenevents
- Zweck bzw. Ziel:
 - **Anders** (nicht 0815)
 - **Entlasten** (im Alltag)
 - **Binden** (nicht so leicht austauschbar)
- Individualisierbar
- Transparent
- Kommuniziert und bekannt
- Digital nutzbar

A hand is shown in the lower-left corner, pointing towards a complex digital interface. The interface is filled with various icons and data visualizations, including a computer monitor, a laptop, a server rack, a smartphone, a bar chart, a line graph, and a cloud. The background is a light blue and green gradient with a grid of dots and lines, suggesting a network or data flow. The overall aesthetic is modern and technological.

PROZESSE DIGITAL NEU DENKEN

Candidate-Journey und Employee-Journey

A photograph showing a person's hands raised in a gesture of frustration or exasperation above a large, messy stack of paper folders and documents. The background is a plain, light-colored wall. The text is overlaid on the left side of the image.

WEG MIT DEM PAPIERKRAM

GenZ möchte Realtime-Zugriff auf
Informationen und unkompliziert
Prozessschritte anstoßen können



SPART, BEGEISTERT, BINDET

Win-Win!

A young woman with long dark hair, wearing a dark green sweater, is smiling broadly and giving a thumbs-up gesture with both hands. The background is plain white.

GAR NICHT SO
SCHLIMM 😊

Neuaufrichten für eine erfolgreiche
Zukunft

A woman with her hair in a bun, wearing a white long-sleeved top and blue jeans, stands with her back to the camera, pointing her right hand upwards. The background is a smooth gradient from pink on the left to blue on the right. A white rectangular box is overlaid on the image, containing text.

PROZESS UND TOUCHPOINTS

An welchem Punkt kommt es auf was an?

PROZESS UND TOUCHPOINTS

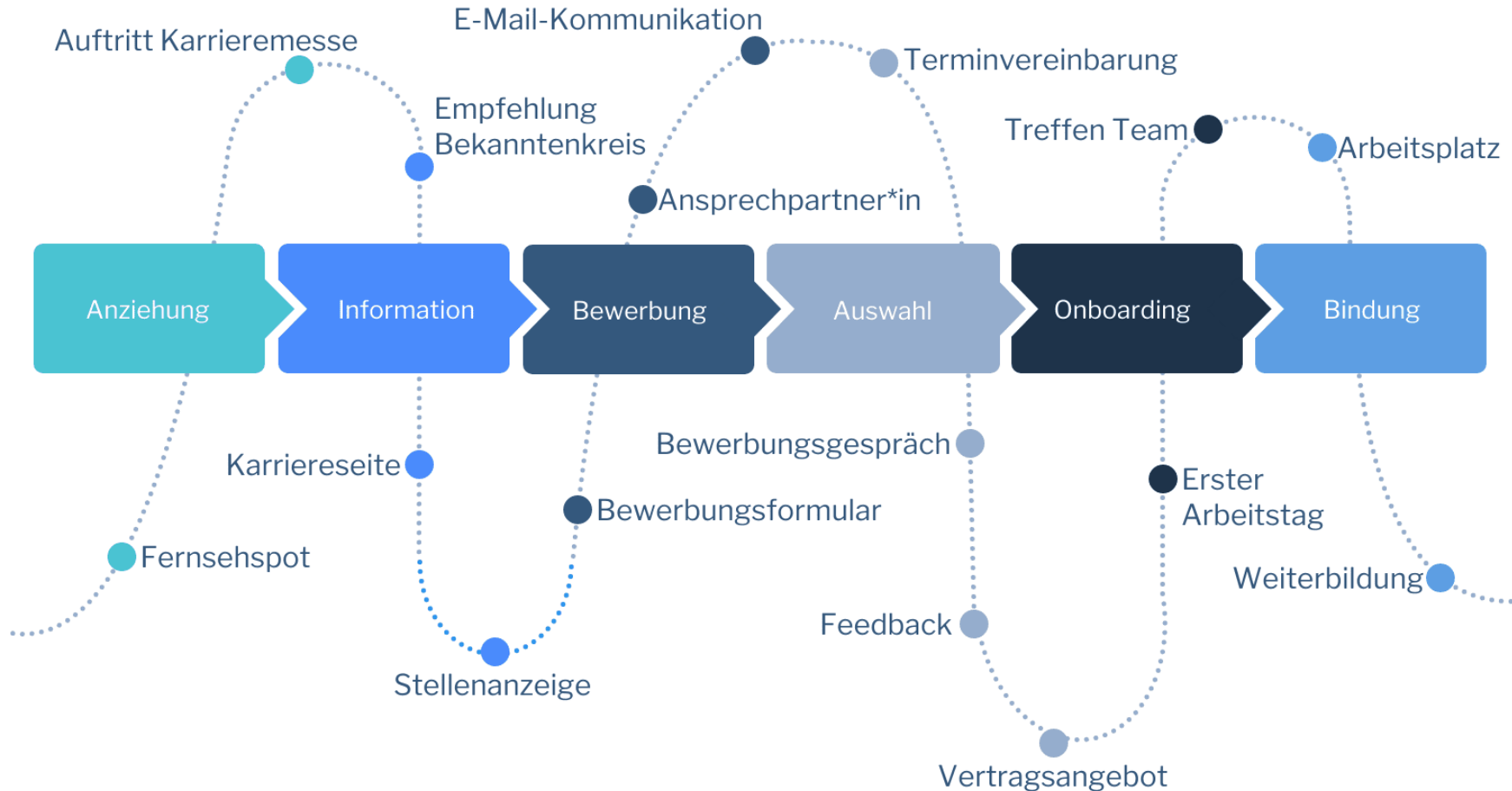


PROZESS UND TOUCHPOINTS

- Definition: Alle Kontaktpunkte im gesamten Prozess
- Arten:
 - Direkt: jeglicher unmittelbarer Kontakt zwischen Kandidat:in und Unternehmen (Karriereseite, Vorgespräch, Bewerbungsgespräch, Erster Arbeitstag...)
 - Indirekt: jeglicher mittelbarer Kontakt (über Dritte) zwischen Kandidat:in und Unternehmen (Mund-zu-Mund-Propaganda, Bewertungsportal...)



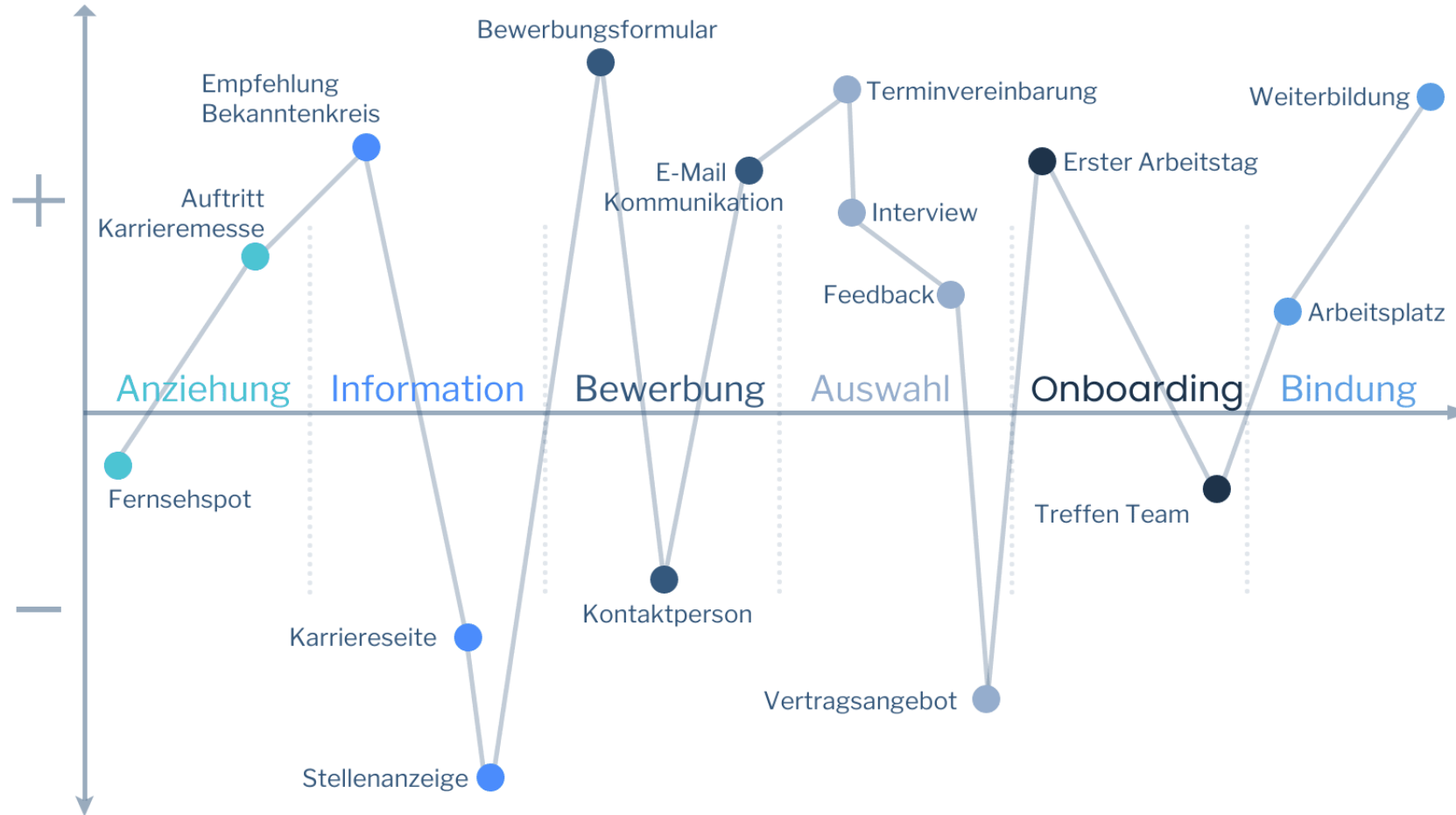
PROZESS UND TOUCHPOINTS



Beispiel Candidate Journey – Die sechs Phasen und mögliche Touchpoints

metajobs.it

PROZESS UND TOUCHPOINTS



Beispiel Candidate Journey – Wurden Touchpoints als positiv (+) oder negativ (-) erlebt?

metajobs.it



RAUS AUS DEN ALTEN SCHUHEN

Impulse zum Umdenken

MARKTLAGE

Diese Zeiten sind lange vorbei



MARKTLAGE

Wir müssen der Realität ins
Auge blicken



RECRUITING IST VERTRIEB

Wir bewerben uns um die Kandidat:innen

WE

WANT

you

VERKAUFS- ARGUMENTE SAMMELN

Für das Unternehmen und für die
Position





KLASSISCHE EINWAND- BEHANDLUNG

Was könnte gegen uns und die Position
sprechen?



EINWÄNDE ENTKRÄFTEN UND VORTEILE HERAUSARBEITEN

Für Ansprache, Kampagnen und
Stellenausschreibungen

A young man with dark, wavy hair, wearing a black and white striped t-shirt, is walking and looking down. He is being accompanied by an older man, his father, who has dark hair and is wearing a white t-shirt. The father is walking slightly behind and to the right of the son, looking at him with a focused expression. The background is a soft-focus outdoor setting with green and yellow foliage, suggesting a park or a sunny day. The overall mood is one of guidance and support.

ELTERN MITNEHMEN

Schlüssel zum Erfolg von Anfang bis zum
Ende der Ausbildung

NICHT „GRILLEN“

Oldschool-Fragen gehen nicht mehr



A photograph of two men in a factory or industrial setting. Both are wearing clear safety glasses. The man on the right is wearing a blue shirt and is pointing his right index finger towards the camera. The man on the left is partially visible, also wearing safety glasses. In the background, there is a large piece of industrial machinery with a glowing light source. The overall scene suggests a hands-on learning or training environment.

AUSBILDUNGSPLATZ ERLEBBAR MACHEN

Wie sieht das dann konkret aus?

NEUES AUSPROBIEREN

Vielleicht geht doch noch was anderes als
klassische Einzelgespräche



A man with short brown hair and blue-rimmed glasses is shown in profile on the left, smiling. A woman with red hair styled in a bun is on the right, smiling broadly. They are in a bright office with a white bookshelf in the background. A semi-transparent grey box is overlaid on the left side of the image, containing text.

RAHMEN SCHAFFEN

Auswahlverfahren, die offenen Austausch ermöglichen



KLEINE RUNDEN MIT ANDERER ZUSAMMENSETZUNG

Weniger „Alte“ und mehr „Junge“

A man in a white shirt and tie is shown in profile, flying horizontally through a digital space. The background is a light blue gradient with horizontal lines and a digital overlay of binary code (0s and 1s) and data streams. The man's body is semi-transparent, revealing a dark blue, crystalline structure underneath. The overall aesthetic is futuristic and high-tech.

WENIGER IST MEHR

So wenige Auswahlrunden, wie möglich



AZUBI-AUSWAHL IST ANDERS

Hier geht es weniger darum Fachliches
abzuprüfen



WORUM ES GEHT

Interesse, Ausdauer, Verlässlichkeit

MUSS DAS SEIN?

Sind psychologische Tests und schriftliche Auswahlverfahren noch zeitgemäß und notwendig?



A glowing lightbulb is the central focus, held in a hand. The lightbulb is surrounded by a network of nodes and lines, suggesting a digital or technological theme. The background is blurred, showing what appears to be a person in a white lab coat, possibly a scientist or doctor, in a laboratory or medical setting. The overall tone is bright and futuristic.

IHR RESÜMEE

Das nehme ich mit / Mein Resueme

81 antworten





FEEDBACK

Im Chat oder per E-Mail, XING,
LinkedIn, Telefon

A close-up photograph of two hands, one from the left and one from the right, holding a white rectangular card. The hands are positioned as if presenting the card. The background is a soft, out-of-focus white fabric. The text on the card is in a bold, blue, sans-serif font.

**SCHÖN, DASS SIE DABEI
WAREN!**

WIR FREUEN UNS ÜBER DEINE KONTAKTAUFNAHME



Linda Keller

+49 931 90 87 90 13

linda.keller@iso-gruppe.com

https://www.xing.com/profile/Linda_Keller14/portfolio

<https://www.linkedin.com/in/linda-keller-575564143/>



Simon Klingenmaier

+49 931 90 87 90 12

simon.klingenmaier@iso-gruppe.com

https://www.xing.com/profile/Simon_Klingenmaier/

<https://www.linkedin.com/in/simonklingenmaier/>