



**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 jacket is shown from the right side, holding a white rectangular box. The box contains the text 'KURZVORSTELLUNG' in a bold, blue, sans-serif font. The background is dark blue with a bokeh effect of light circles.

# KURZVORSTELLUNG

# SIMON KLINGENMAIER



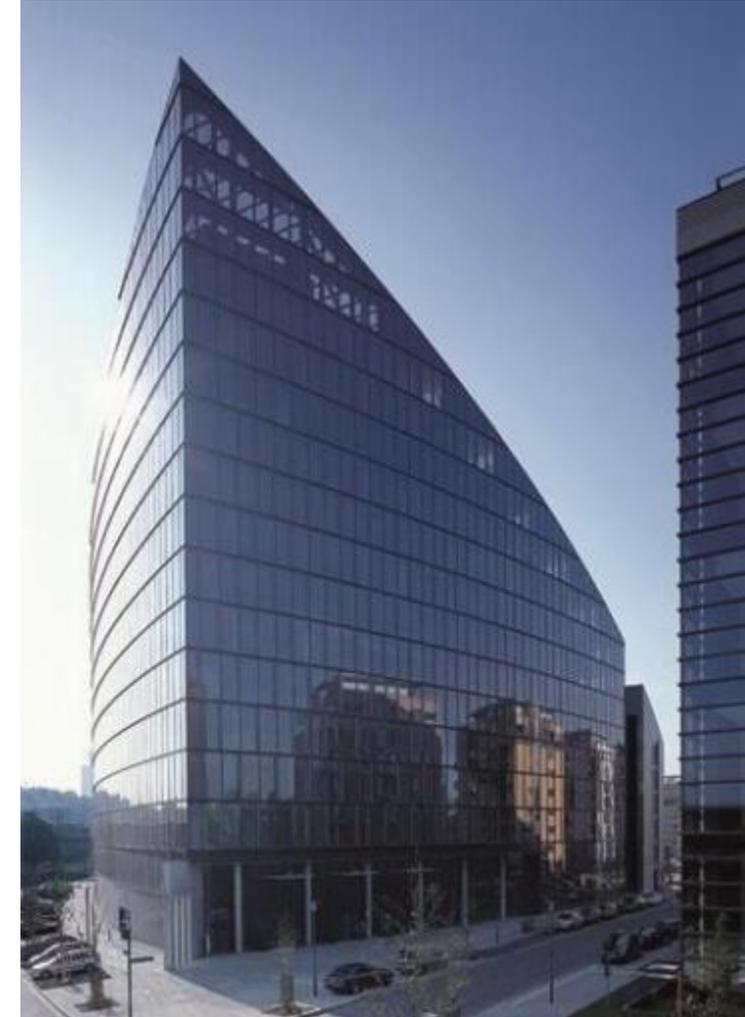
- Studium: Dipl. Betriebswirt (FH)
- Stationen als betriebswirtschaftlicher Berater und Softwareberater, Teamleiter, Trainer
- Seit 2014 Führungserfahrung im Bereich Personal, Personalbeschaffung, Bereichsleitung
- Initiator / Organisator HR-Netzwerk Mainfranken
- Initiator / Vorstandsvorsitzender IT-Verband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

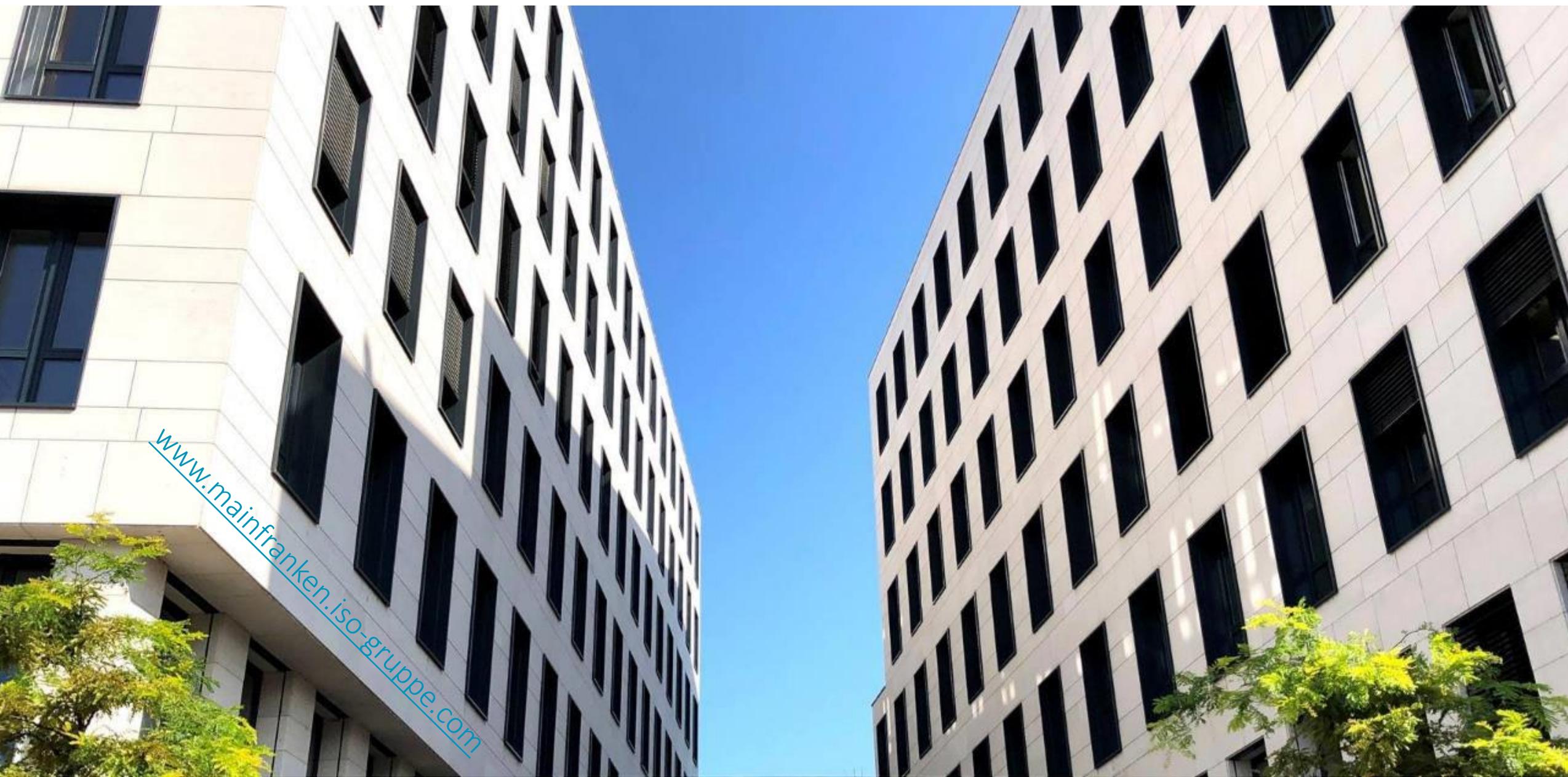
- Ihr Partner aus Bayern
  - Wir finden die richtige Lösung
  - IT-Services
  - IT-Support
  - Softwareentwicklung
  - IT-Personal
- [www.iso-gruppe.com](http://www.iso-gruppe.com)



# 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](http://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 and a line graph. The person's hand is on the mouse. The background is a blurred office setting.

# AKTUELLE MARKTLAGE

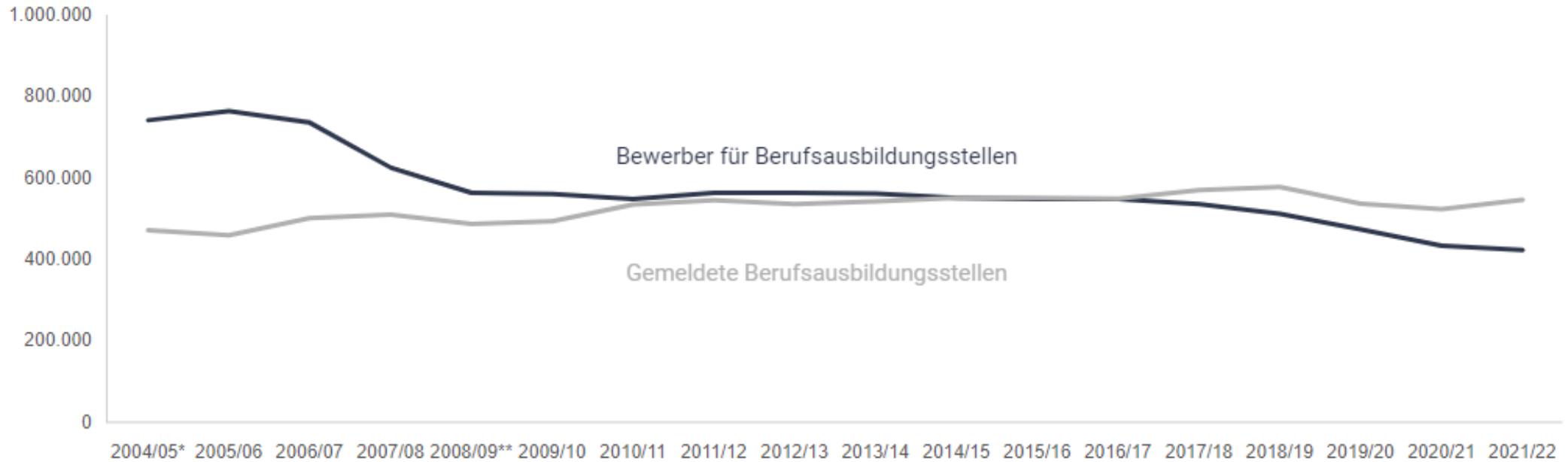
Wo stehen wir aktuell

# AKTUELLE MARKTLAGE

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



## Ausbildungsmarkt - Zeitreihengrafik



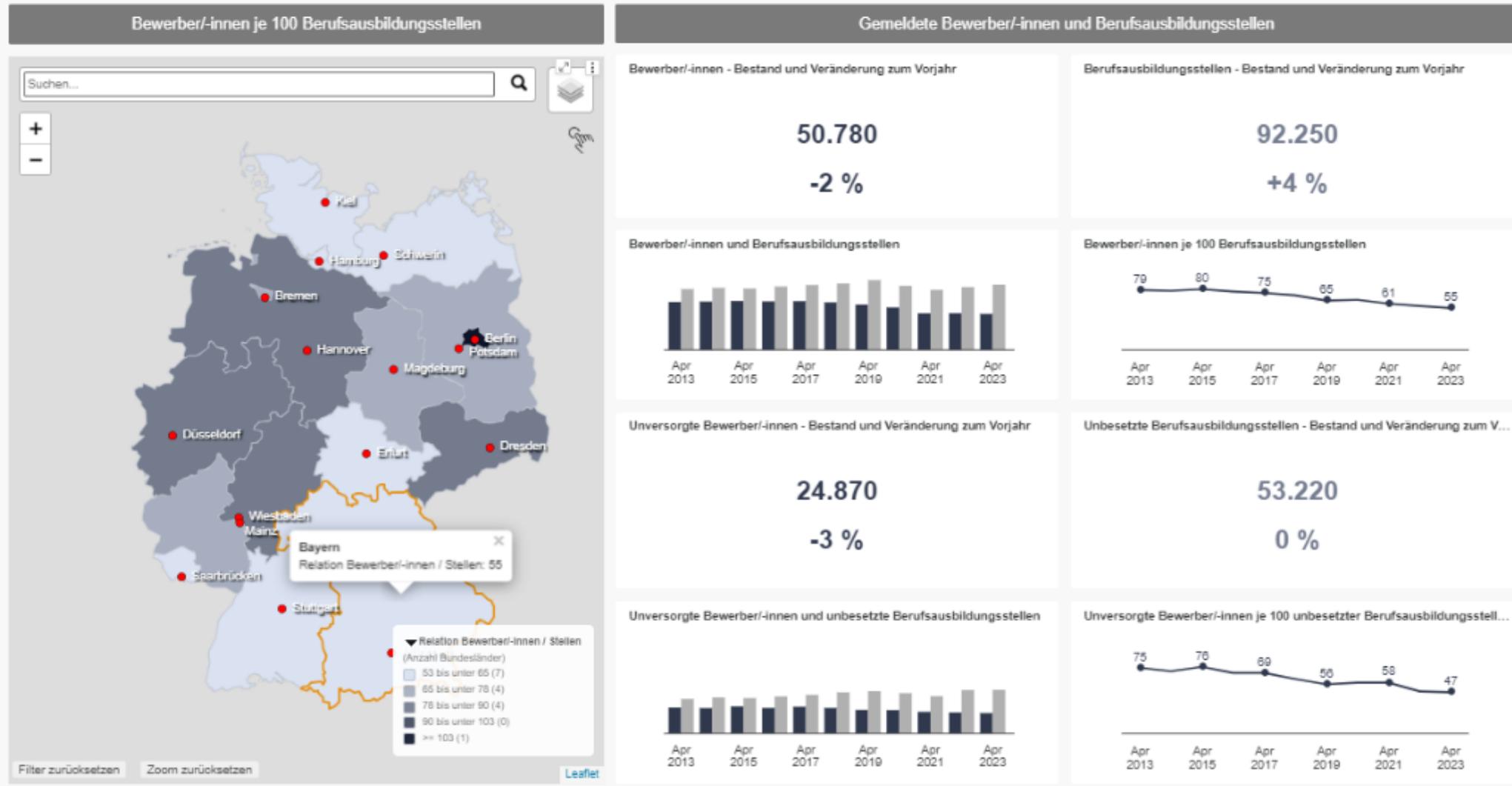
\* Ein Berichtsjahr umfasst jeweils den Berichtszeitraum vom 1. Oktober bis Ende September des Folgejahres.

\*\*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

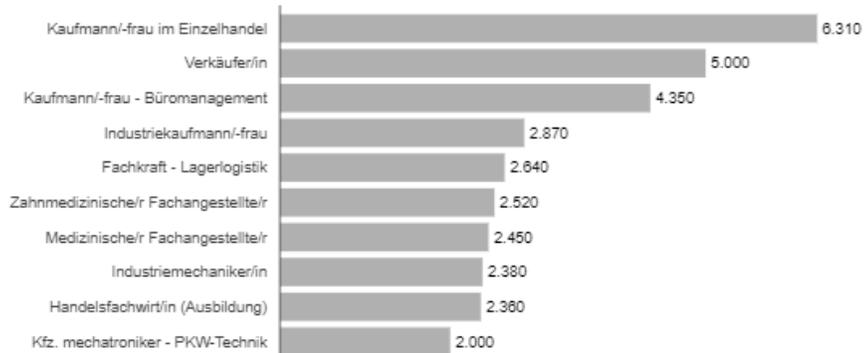


#### Unversorgte Bewerber/-innen

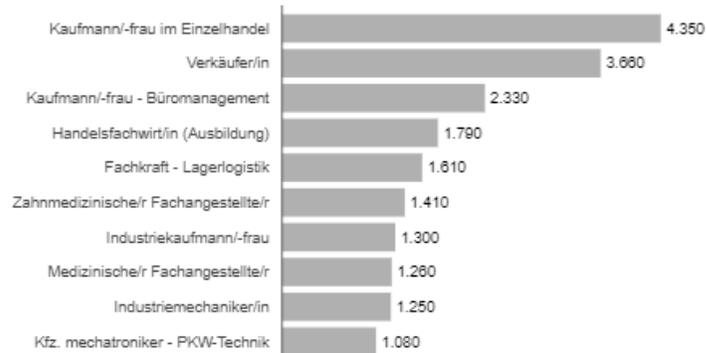


### Top-Berufe bei den Berufsausbildungsstellen

#### Berufsausbildungsstellen



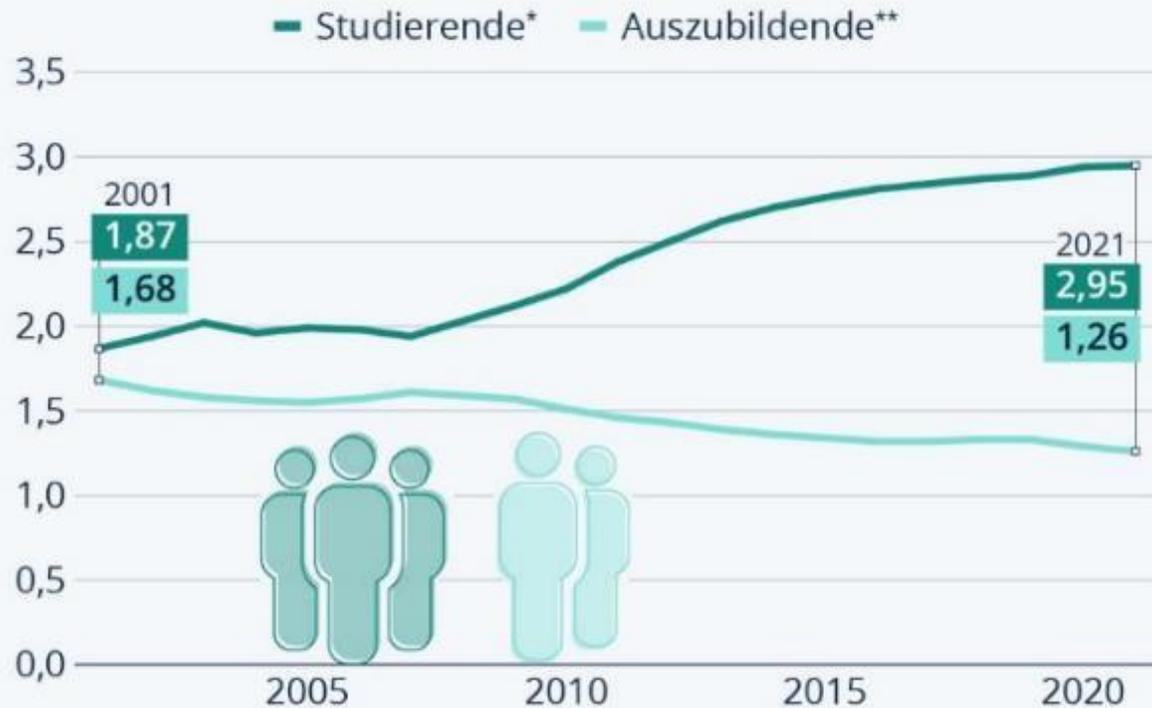
#### Unbesetzte Berufsausbildungsstellen



[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.

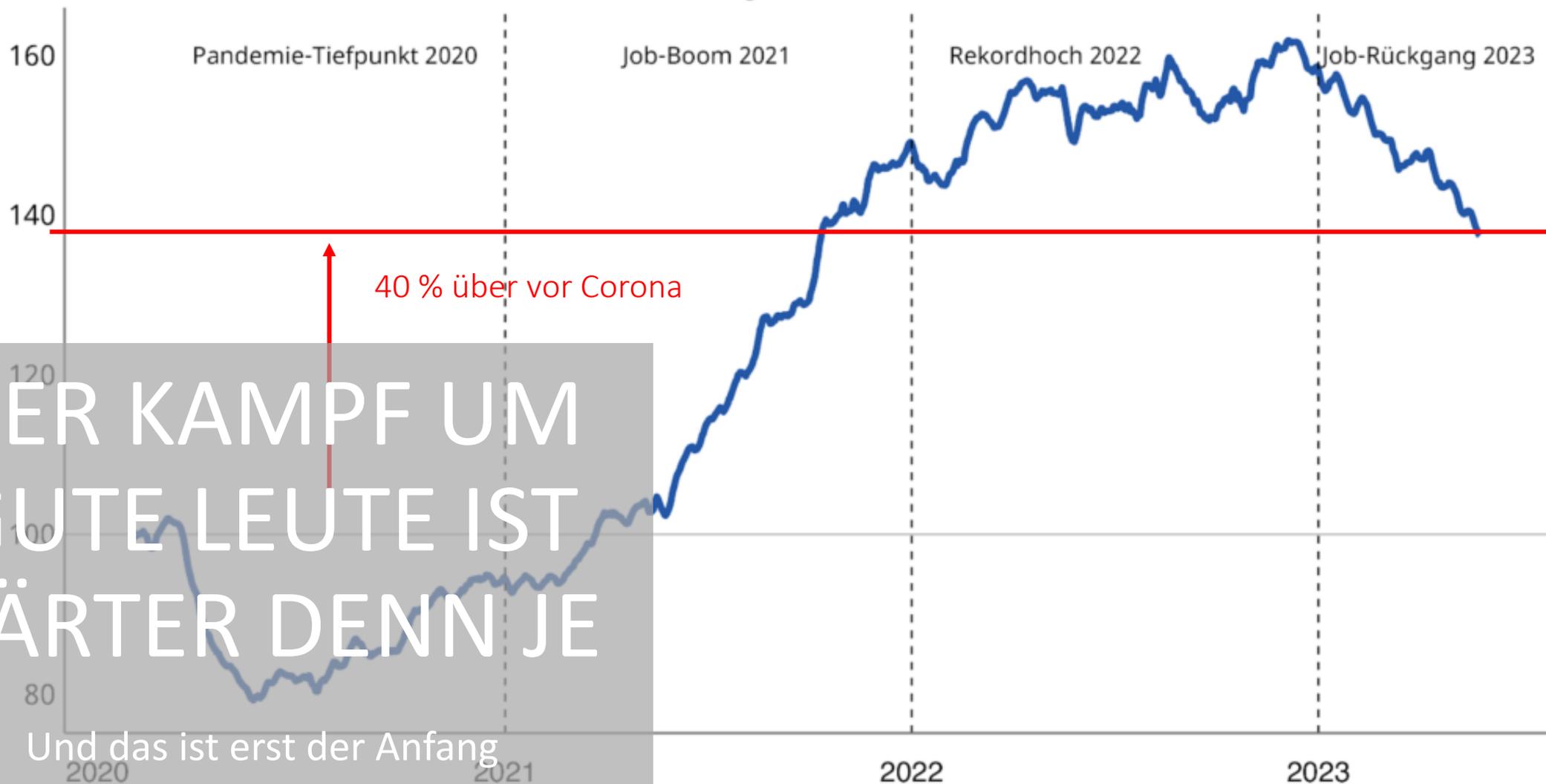
Quelle: Statistisches Bundesamt



statista

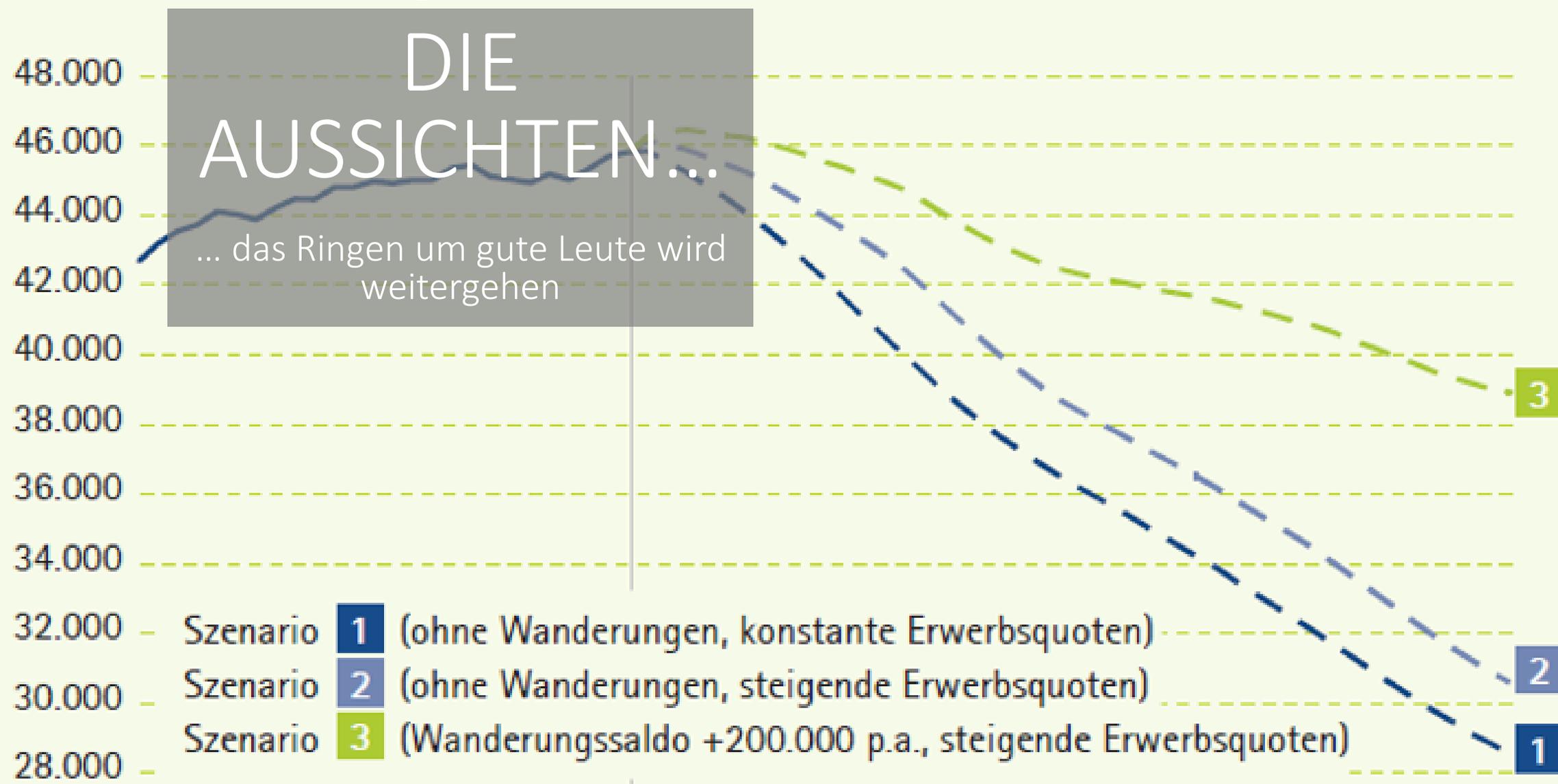
# Arbeitsmarkt kühlt sich im bisherigen Jahresverlauf deutlich ab

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





# 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**





# 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 IST WICHTIG

Themen, die bewegen



# FÜHRUNG

The background image shows two silhouetted figures on a hill against a bright sunset. One figure is higher up the slope, leaning forward with hands outstretched. The other figure is lower down, also leaning forward with one hand reaching out towards the first figure. The sun is low on the horizon, creating a strong orange and yellow glow.

So funktioniert es mit der GenZ

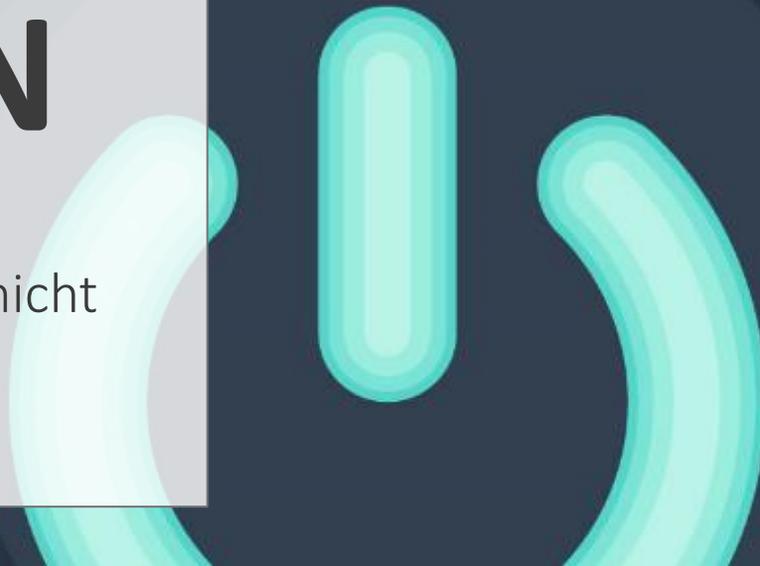


# SO ANDERS?

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 the frame. One bulb in the center-right is illuminated, casting a warm glow. The glowing bulb has a circular logo on its glass surface 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 against a dark blue background.

# MARKE SICHTBAR MACHEN

Employer-Branding entwickeln –  
Bekanntheit und Reichweite ausbauen

# KLICK-JOURNEY TESTEN

Einfach muss es sein – schnell muss es  
gehen





# 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 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?

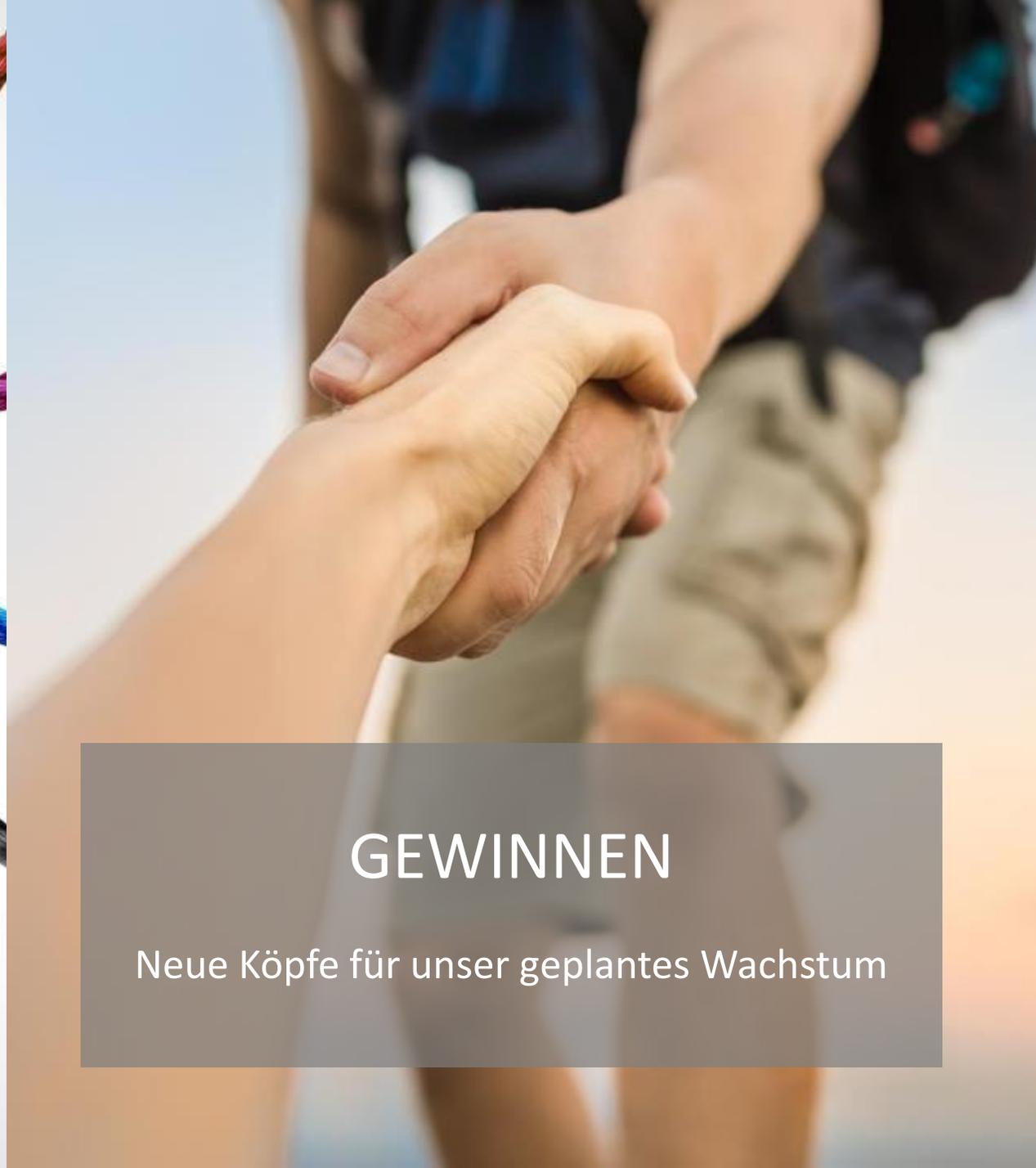
Das Gesamtpaket muss stimmen





## BINDEN

Wer da bleibt, muss schon nicht ersetzt werden



## GEWINNEN

Neue Köpfe für unser geplantes Wachstum



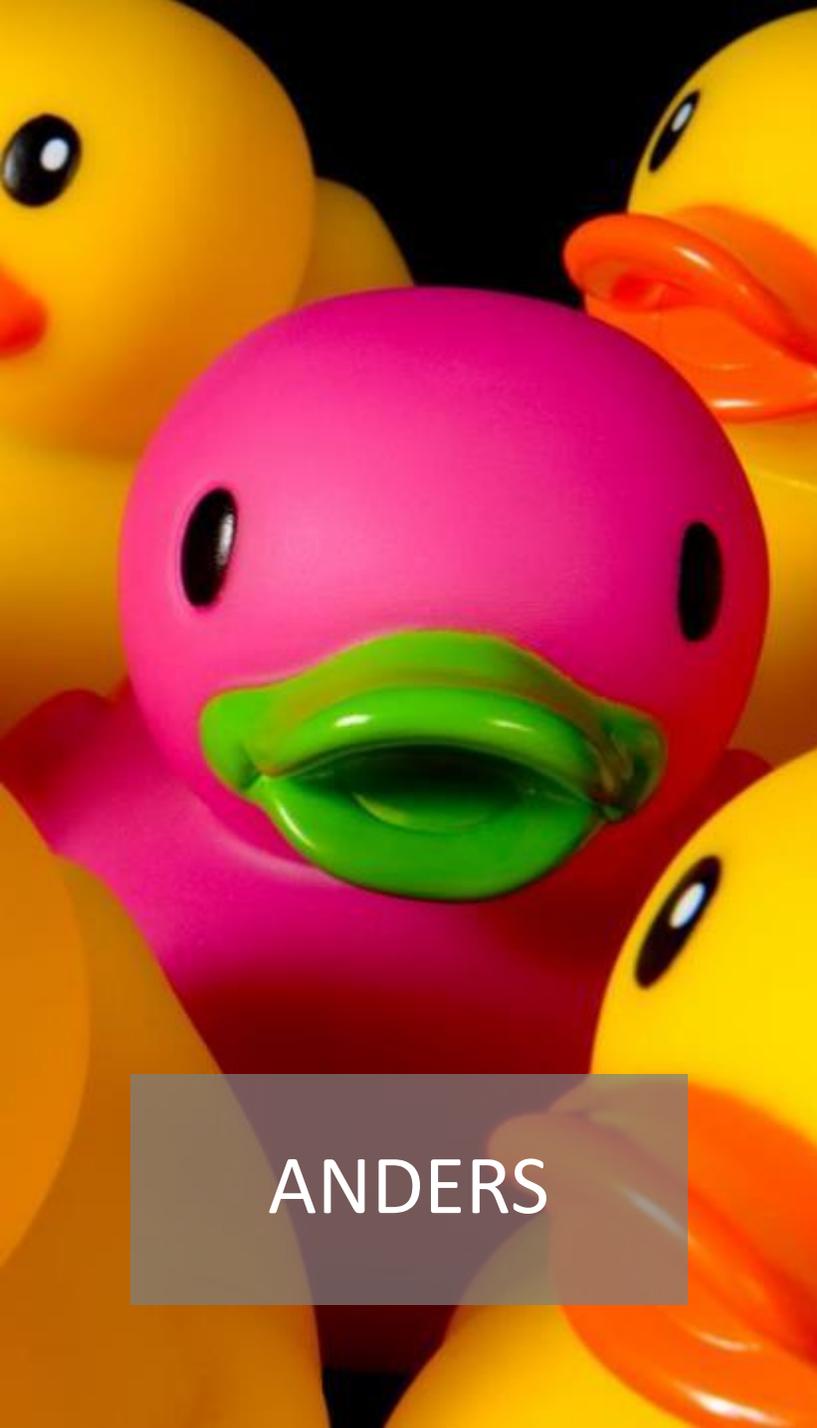
# DAS PAKET MUSS STIMMEN

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

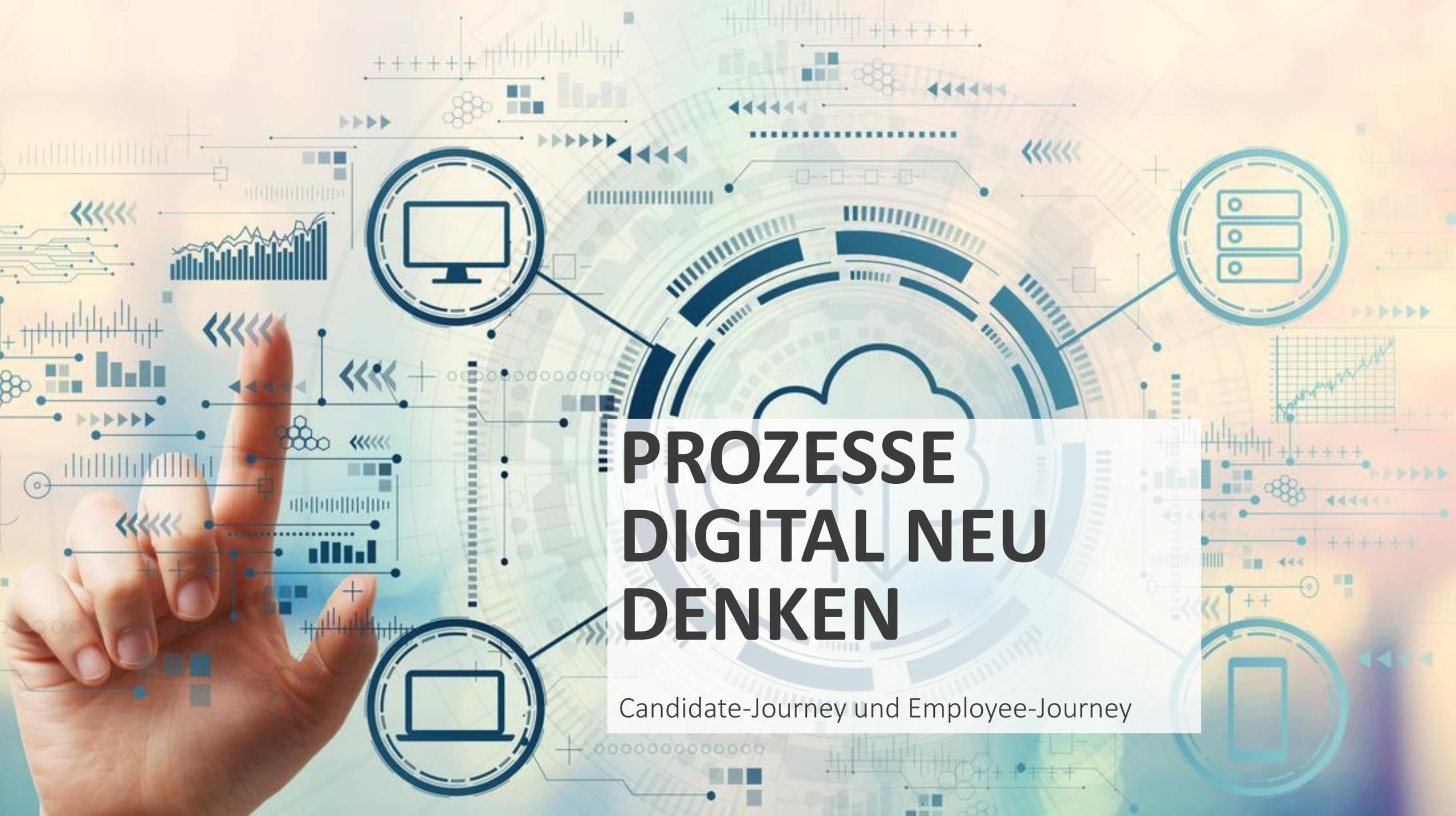


BINDEN

# 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 the center of the image. The background is a complex digital interface with various icons and data visualizations. The icons include a desktop monitor, a laptop, a server rack, and a smartphone. There are also several bar charts, line graphs, and circular progress indicators. The overall color scheme is light blue and white, with a central white banner containing the main text.

# 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

A woman with dark, curly hair is shown from the chest up, turned slightly to her left. She has a determined, intense expression on her face, with furrowed brows and a slight frown. Her right arm is raised, and her hand is clenched into a fist. She is wearing a dark grey, long-sleeved top. The background is a solid, light blue color. In the upper right corner, there is a semi-transparent grey rectangular box containing white text.

# 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

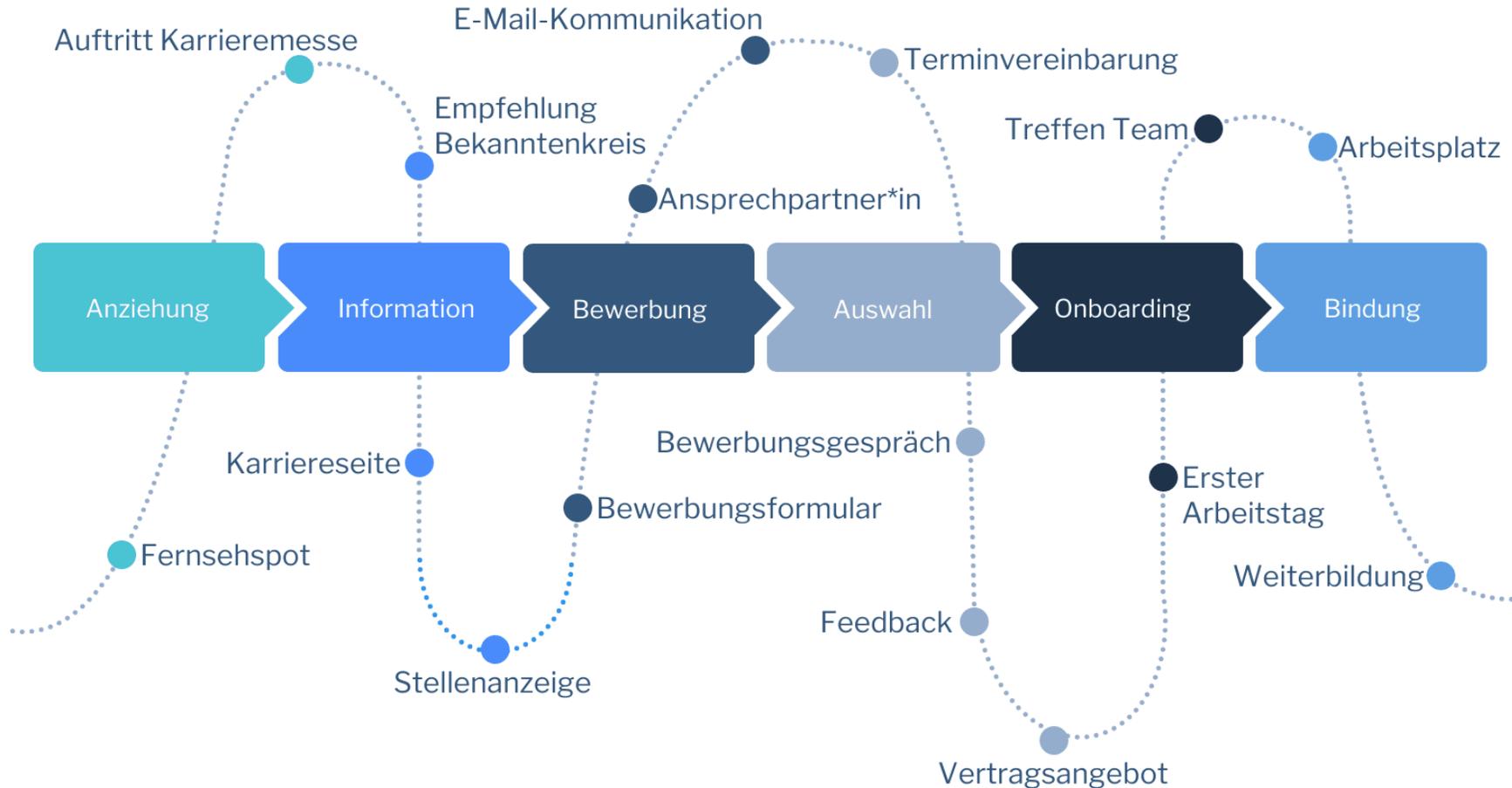


# PROZESS UND TOUCHPOINTS

- 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...)



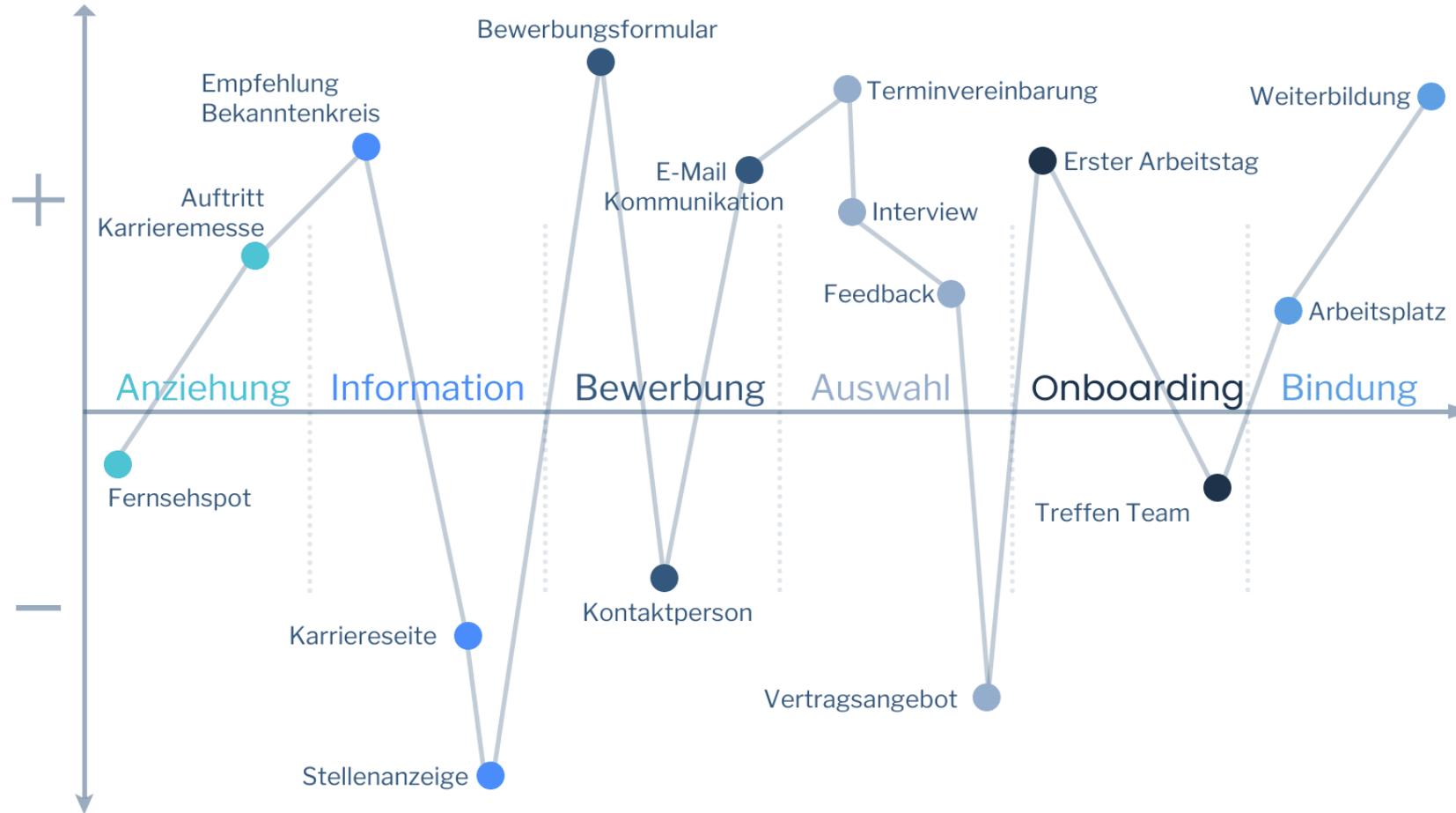
# PROZESS UND TOUCHPOINTS



Beispiel Candidate Journey – Die sechs Phasen und mögliche Touchpoints

metajobs.it

# PROZESS UND TOUCHPOINTS



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





# 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





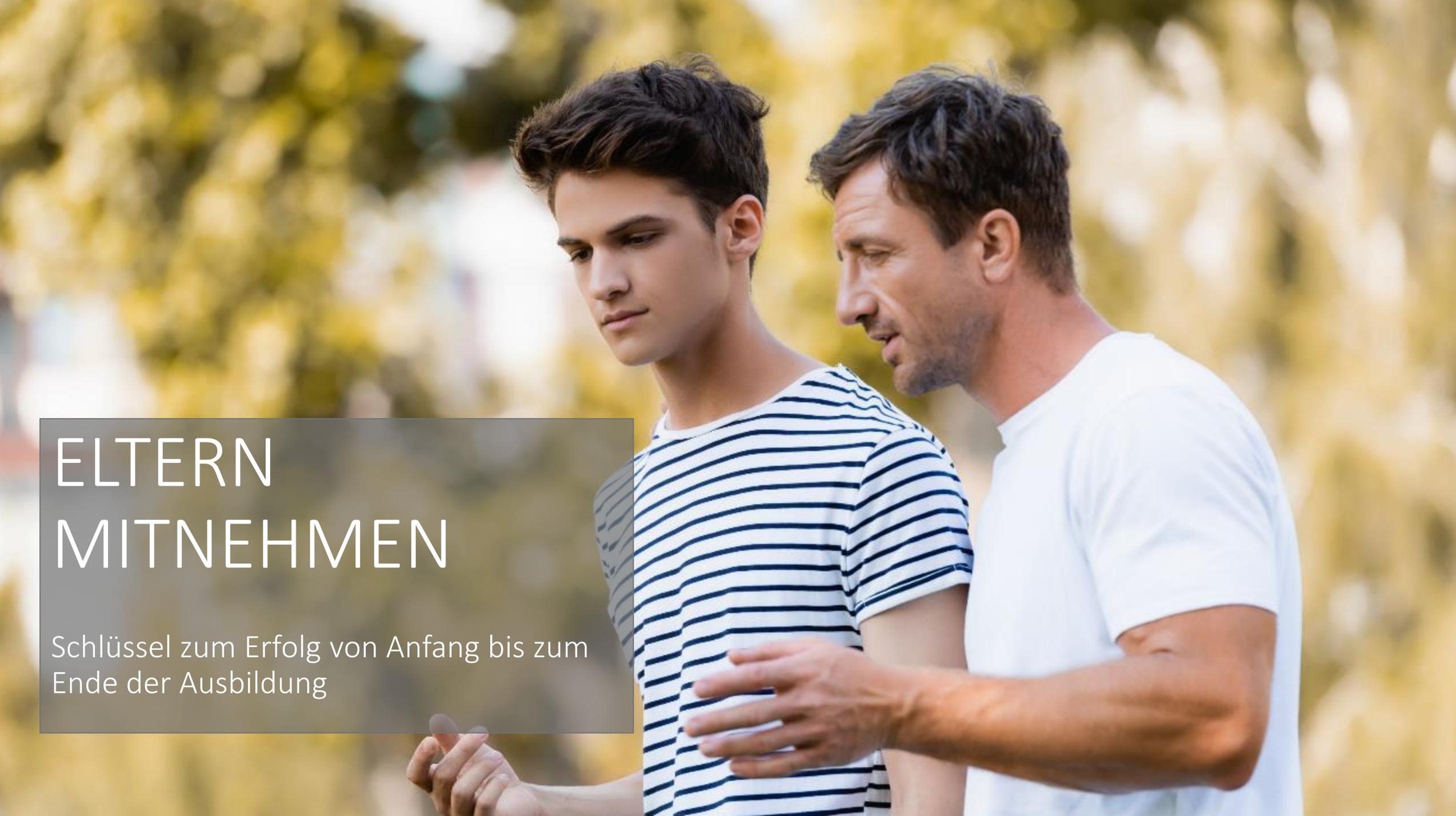
# KLASSISCHE EINWAND- BEHANDLUNG

Was könnte gegen uns und die Position  
sprechen?



# EINWÄNDE ENTKRÄFTEN UND VORTEILE HERAUSARBEITEN

Für Ansprache, Kampagnen und  
Stellenausschreibungen

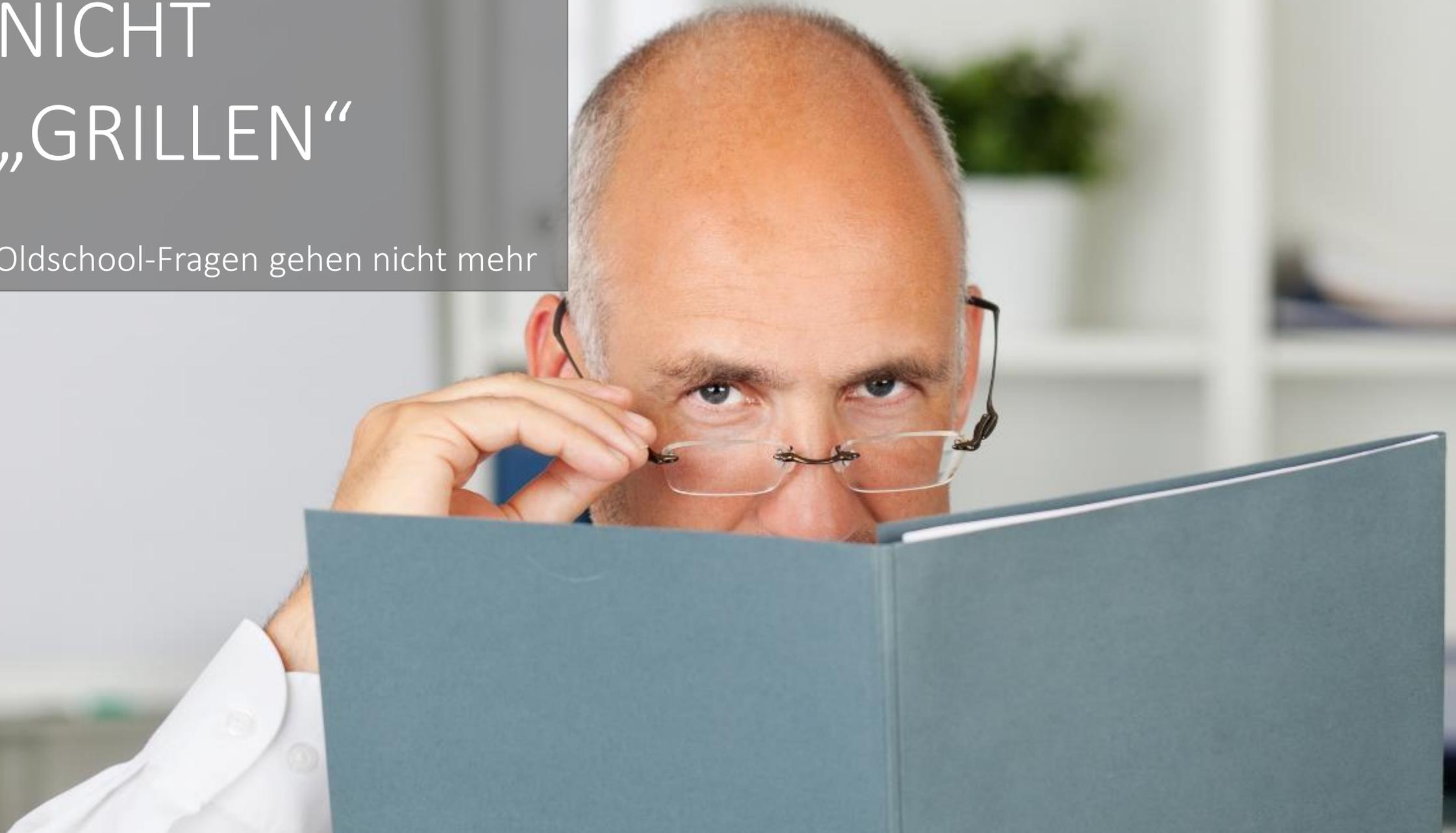
A young man with dark, wavy hair, wearing a black and white striped t-shirt, is walking and looking down thoughtfully. He is being accompanied by an older man, his father, who has dark hair and is wearing a white t-shirt. The father is walking slightly behind and to the right of the son, looking at him 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.

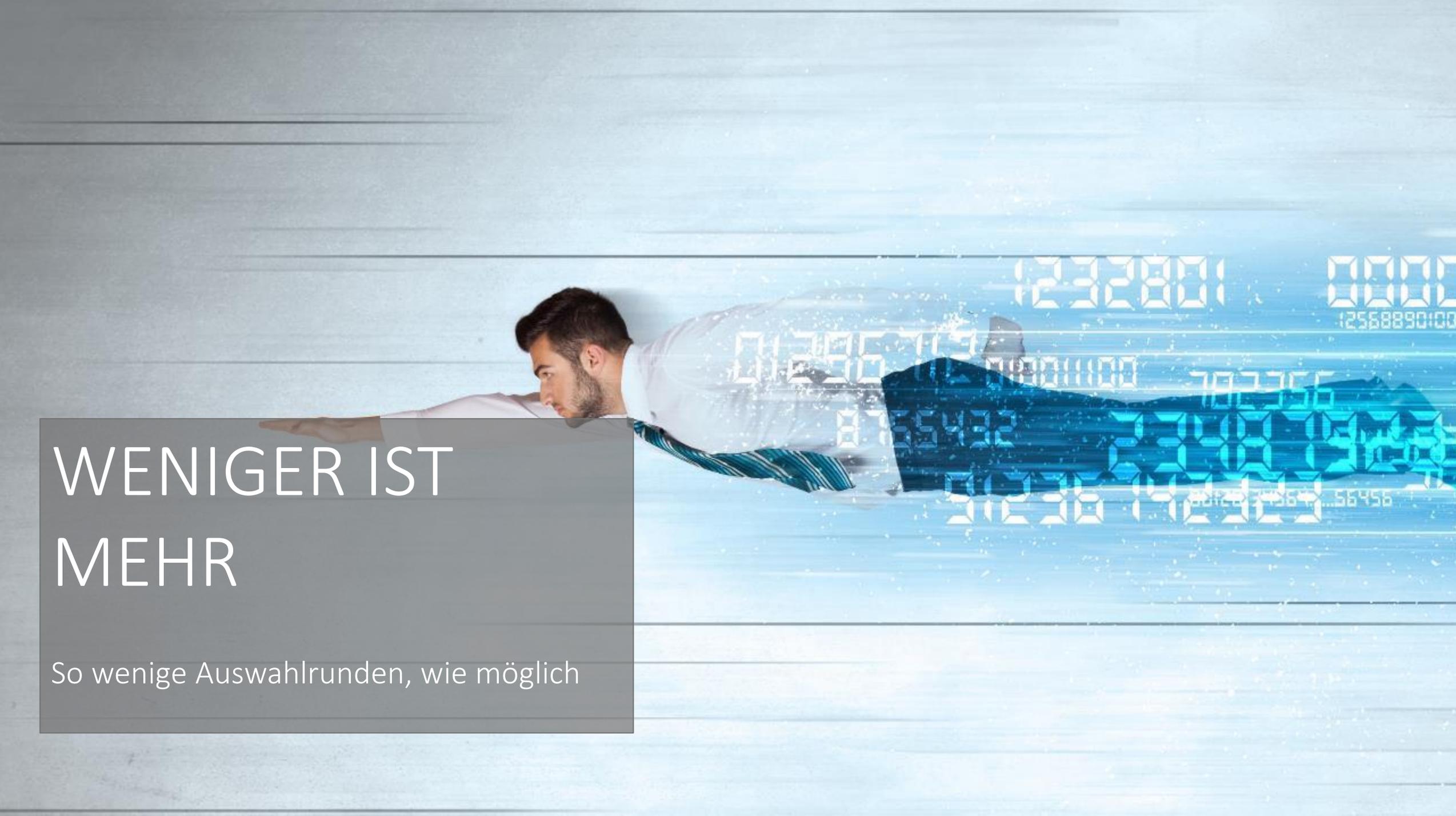
# RAHMEN SCHAFFEN

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 blue, digital space. The background is filled with glowing binary code (0s and 1s) and data patterns, suggesting a high-tech or futuristic environment. The man's body is semi-transparent, allowing the digital elements to be seen through him.

# 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 held in a hand, with a network of nodes and lines surrounding it, symbolizing technology and innovation. The background is a blurred office setting.

**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 box. The hands are positioned as if they are presenting the box. The background is a soft, out-of-focus white fabric. The text on the box 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](mailto:linda.keller@iso-gruppe.com)

[https://www.xing.com/profile/Linda\\_Keller14/portfolio](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](mailto:simon.klingenmaier@iso-gruppe.com)

[https://www.xing.com/profile/Simon\\_Klingenmaier/](https://www.xing.com/profile/Simon_Klingenmaier/)

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