

## **Ausbildungsmarketing der Zukunft kommt an Sozialen Netzwerken nicht vorbei**

### **Ausbildungsexpertin zeigt Wege des modernen Ausbildungs- marketings auf**

München, 8. Februar 2011 – Ausbildungsbetriebe suchen händeringend Nachwuchs. Die DIHK Ausbildungsumfrage 2010 ergab, dass jeder fünfte Betrieb 2009 nicht alle Ausbildungsplätze besetzen konnte. Durch die demografische Entwicklung wird der Kampf um Schulabgänger in den nächsten Jahren weiter zunehmen.

Was können Ausbildungsbetriebe tun, um auch in Zukunft passende Bewerber zu finden? „An den Sozialen Netzwerken führt kein Weg vorbei“, so die Ausbildungsexpertin Sabine Bleumortier. „Und dies sind persönliche Netzwerke ebenso wie Online-Netzwerke.“

Die Trainerin und Beraterin Sabine Bleumortier empfiehlt den Unternehmen frühzeitig eine Beziehung zum potentiellen Nachwuchs aufzubauen. Wer schon in Kindergarten oder Schule von einem Produkt, den Angeboten oder Mitarbeitern des Unternehmens begeistert war, wird sich später gerne dort bewerben.

Auch ein Praktikum sollte nicht unterschätzt werden. Jeder Betrieb empfiehlt sich mit einem guten Praktikum als zukünftiger Arbeitgeber. Und Schüler erzählen ihre Praktikumserlebnisse weiter. Neben den persönlichen Gesprächen mit Freunden und Bekannten werden Informationen zudem über Onlineportale ausgetauscht. „Wenn Auszubildende selbst begeistert von ihrer Ausbildung im Internet berichten, ist das viel glaubwürdiger als jede Printanzeige“, so Bleumortier.

70 Prozent der Jugendlichen sind nach einer aktuellen Studie der Uni Leipzig schon in mindestens zwei Onlinenetzwerken aktiv.

Ausbildungsbetriebe sollten dort sichtbar sein, wo sich der Nachwuchs aufhält. Und das ist eben auch in den Sozialen Netzwerken im Web.

Daneben ist das Image der Berufsausbildung eines Betriebs entscheidend, um geeigneten Nachwuchs zu finden. Die Qualität der Ausbildung muss stimmen. Kompetente und qualifizierte Ausbilder benötigen Zeit für die Betreuung der Auszubildenden. Zusatzangebote wie Auslandsaufenthalte, Azubiprojekte oder Weiterbildungsangebote lassen eine spannende Ausbildungszeit erwarten. „Die Frage ist: Was bietet mein Unternehmen für Auszubildende, was andere nicht anbieten?“, so die Beraterin. Dieses Image wird über Auszubildende, Mitarbeiter, Eltern und Freunde weiter getragen - persönlich und im Web. Bewerberportale im Internet, die eine Kontaktaufnahme von Schüler zu Auszubildenden eines Betriebs ermöglichen, kommen dem Netzwerkgedanken sehr entgegen.

Schon längst tauschen sich Bewerber mit Auszubildenden eines Betriebs über die Sozialen Netzwerke aus. Egal ob dies von den Unternehmen unterstützt wird oder nicht. Die Beraterin rät den daher den Betrieben, die Social Networks gezielt mitzugestalten.

Text 2.217 Zeichen

Zu dieser Pressemitteilung steht ein Bild von Sabine Bleumortier unter [www.bleumortier.de/presse.html](http://www.bleumortier.de/presse.html) zum Download für Sie bereit.

#### **Über Sabine Bleumortier:**

Sabine Bleumortier ist Ausbildungsexpertin und arbeitet seit vier Jahren als selbständige Trainerin und Beraterin rund um das Thema Berufsausbildung. Zuvor war sie acht Jahre als Ausbildungsleiterin eines international agierenden Industrieunternehmens tätig. Dort verantwortete sie die Berufsausbildung am Standort München. Zu ihren Kunden gehören Mittelständler wie Großunternehmen. Sie ist Dipl.-Ökonomin (Univ.), geprüfte Trainerin und Beraterin BaTB/BDVT und ausgebildete Repräsentations-Trainerin. Sie ist Autorin des Fachbuchs „Ausbildungsbeauftragte gewinnen, qualifizieren, und motivieren“. Weitere Informationen unter [www.bleumortier.de](http://www.bleumortier.de).

#### **Ansprechpartnerin für die Medien:**

Sabine Bleumortier  
Erfolgreich Ausbilden  
Fritz-Baer-Str. 42  
81476 München  
089/76 703 103  
info@bleumortier.de