

## Projekt: Next Level Handwerk

Medium | Handwerksblatt

Ausgabe | April 2024



Handwerks  
BLATT

Betriebsführung

Handwerkspro

**LEA & MARTA**  
...zeigen, wie's geht!

Azubis gewinnen über Social-Media. Wir präsentieren euch unsere Favoriten!

Die neue Aktion auf:  
**NEXTLEVELHANDWERK.DE**

Lea Wirth (links) und Marta Sproll sind viel auf Social Media unterwegs. Bei ihrer eigenen Suche nach einem Ausbildungsplatz sind sie auch bei einigen Handwerksbetriebe hingengeblieben, die bei Instagram, TikTok und YouTube kreativ für eine Ausbildung im Handwerk werben. Ihre Erfahrungen bringen die beiden Azubis der Marketing Handwerk GmbH nun beim Projekt "Next Level Handwerk" ein. Alle zwei Wochen stellen sie einen Handwerksbetrieb vor, der ihnen beim Swipen durch die Social-Media-Kanäle besonders aufgefallen ist. (Foto: © Aktion Modernes Handwerk (AMH))

Vorlesen:



## Next Level Handwerk liefert Inspiration für die Suche nach Azubis

Betriebsführung | April 2024

## Lea Wirth und Marta Sproll stellen auf "Next Level Handwerk" alle zwei Wochen einen Handwerksbetrieb vor, der bei Instagram, TikTok oder YouTube besonders kreativ für eine Ausbildung im Handwerk wirbt.

Junge Menschen wollen wissen, was sich hinter einem Ausbildungsberuf verbirgt, für welche Werte ihr potenzieller Arbeitgeber steht und wer ihre künftigen Chefs und Kollegen sind. Oft reicht der Griff zum Smartphone und der Blick in die Sozialen Medien, um Antworten auf diese Fragen zu erhalten. "Ich habe nicht gezielt nach einem Ausbildungsplatz im Handwerk gesucht, aber mir sind viele Fotos, Videos und Posts von Handwerkern aufgefallen, die mich sofort gepackt haben", erinnert sich **Lea Wirth**. Diese Erfahrung teilt die 19-Jährige mit ihrer Altersgenossin **Marta Sproll**. Die beiden jungen Frauen haben ihren **Weg in die Ausbildung quasi zum Beruf gemacht**. Im Rahmen des Projekts "**Next Level Handwerk**" wollen sie **Handwerksbetrieben dabei helfen, Auszubildende über Social Media zu finden**.

Die beiden Vertreterinnen der Generation Z **absolvieren eine Ausbildung bei Marketing Handwerk**. Die gemeinsame Service-Gesellschaft von Grün Handwerk Digital und der Aktion Modernes Handwerk (AMH) hat das Projekt "Next Level Handwerk" initiiert. **Marta Sproll** ist bereits im zweiten Lehrjahr zur **Kauffrau für Marketingkommunikation**. **Lea Wirth** hat ihre Lehre zur **Mediengestalterin** voriges Jahr begonnen. "Wir verbringen viel Zeit auf Social Media. Was bei uns hängenbleibt, wollen wir Handwerksbetrieben mitgeben, die Auszubildende in unserer Altersklasse finden möchten", erklärt Marta Sproll.

### Social Media

Laut der **ARD/ZDF-Onlinestudie 2023** verbringt die Gruppe der **14- bis 29-Jährigen pro Tag 69 Minuten** mit den **Sozialen Medien**. Zum Vergleich: Bei den 30- bis 49-Jährigen sind es 34 Minuten, bei den 50- bis 69-Jährigen 18 Minuten. Im **Ranking der Social-Media-Plattformen** steht bei den 14- bis 29-Jährigen **Instagram** an erster Stelle. 79 Prozent schauen dort mindestens einmal pro Woche rein. 52 Prozent nutzen **Snapchat**, 41 Prozent **TikTok**, 34 Prozent **Facebook** und 23 Prozent **Pinterest**. Das am **häufigsten genutzte Format** unter den 14- bis 29-Jährigen sind **Videos**.

## Fokus auf drei Kanäle



Zu den **beliebtesten Social-Media-Plattformen** von Jugendlichen und jungen Erwachsenen zählen **Instagram** und **TikTok**. Das Videoportal **YouTube** steht ebenfalls hoch im Kurs. "Wir fokussieren uns auf diese drei Kanäle, weil wir, aber auch viele aus der Generation Z, dort sehr aktiv sind und weil Videos dort viel Raum einnehmen", begründet Marta Sproll die Auswahl.

## Getrennte Recherche

Sie und Lea Wirth schauen sich zunächst getrennt über ihre privaten Accounts nach kreativen Beiträgen um. "Am meisten **gefällt** mir, wenn die **Handwerker** besonders **authentisch** oder **sympathisch** überkommen, wenn ich viel von ihrem **Team** erfahre und wenn das **Video außergewöhnlich gestaltet ist**", nennt Lea Wirth einige **Kriterien**, die ihre Aufmerksamkeit erregen.

Anschließend setzen sie sich zusammen, stellen sich gegenseitig die besten Treffer vor, führen ihre 20 Favoriten in einer Liste zusammen und schreiben die ausgewählten Handwerksbetriebe an, ob sie daran interessiert sind, von "Next Level Handwerk" kostenlos porträtiert zu werden.

## Gesamtbild muss stimmen

**Zu Anfang** haben Marta Sproll und Lea Wirth **nur einzelne Beiträge** hervorgehoben. Nun wollen sie den **ganzen Social-Media-Account** eines Handwerksbetriebs vorstellen, der sie überzeugt hat. "Schließlich muss das **Gesamtbild** stimmen", sagt Marta Sproll.

Ihre "**Fundstücke**" setzen sich aus einem **kurzen Steckbrief des Unternehmens**, aus **beispielhaften Posts**, einer **persönlichen Bewertung** und einem **Fazit** zusammen. Letzteres wird als **Balkendiagramm** dargestellt. Die beiden Social-Media-Scouts bewerten auf einer Skala von 0 bis 100 Prozent, inwiefern der Social-Media-Auftritt des porträtierten Handwerksbetriebs **verschiedene Kriterien** wie beispielsweise "Positivität", "Spannende Einblicke" und "Umfassendes Unternehmensbild" erfüllt.

## Wissenschaftliche Kontrollinstanz

Abgerundet werden die Best-Practice-Beispiele von der Bewertung einer Mitarbeiterin des **Instituts für Betriebsführung** (itb). "Anja Cordes vom itb ist unsere Kontrollinstanz, die unsere persönliche Meinung wissenschaftlich untermauert", erklärt Marta Sproll.

## Taktung der Best-Practice-Beispiele

Die Auszubildenden von Marketing Handwerk stellen **alle 14 Tage** einen Handwerksbetrieb vor, der bei der Suche nach Auszubildenden aus der Masse hervorsticht. "Die Abstimmung mit dem Betrieb und dem itb, aber auch die qualitativ hochwertige Aufbereitung unserer Fundstücke für die Social-Media-Kanäle und für die Website beansprucht sehr viel Zeit", begründet Marta Sproll die für Social-Media-Verhältnisse niedrige Taktung der Beiträge.

## Rekrutierungskanäle für die Azubi-Suche

Die Mischung macht's: Das **Bundesinstitut für Berufsbildung** hat untersucht, welche Wege **Betriebe** nutzen, um **Ausbildungsplatzbewerber** zu finden. Dabei wird zwischen **indirekten Kanälen** (unter anderem Meldung von Stellen bei der Arbeitsagentur, Anzeigen auf der Betriebswebsite oder Bekanntmachung in Sozialen Medien) und **direkten Kanälen** (unter anderem Praktika, Präsenzveranstaltungen in Schulen/Messen oder Durchführung von Einstiegsqualifizierung) unterschieden. Laut der **Untersuchung** aus dem Jahr 2023 umfasst das Portfolio genutzter Wege im Durchschnitt **fünf bis sechs Rekrutierungskanäle** – im Mittel vier indirekte und ein bis zwei direkte. Im **Handwerk** setzen 35 Prozent der befragten Betriebe vorwiegend auf eine indirekte Rekrutierungsstrategie, 25 Prozent vorwiegend auf den direkten Weg, bei 39 Prozent ist die Gewichtung ausgeglichen.

## Tipps auf Facebook



Foto: © Aktion Modernes Handwerk (AMH)

Die **Ergebnisse** ihrer **Recherche** werden über **verschiedene Kanäle** ausgespielt. Dazu gehören selbstverständlich auch die Sozialen Medien. Neben **Instagram** und dem Karrierenetzwerk **LinkedIn** erscheinen die Beiträge überraschenderweise auch auf **Facebook** – einer Plattform, die in der Altersklasse 30 bis 49 den höchsten Zuspruch hat. "Viele Handwerker sind auf Facebook aktiv, aber ihre potenziellen Auszubildenden sind dort nicht zu finden. Wir versuchen die **Betriebe** davon zu **überzeugen**, dass sie sich **auch Instagram** oder **TikTok anschauen** sollten", erklärt Marta Sproll.

### Anregungen für Videodreh

**Videos** sind bei jungen Menschen **sehr beliebt**. Für Marta Sproll ist es keine Raketenwissenschaft, sie zu **produzieren**. "Kurze Videos wie **Reels** für Instagram kann man direkt **auf dem Smartphone schneiden** und **Text, Sticker** oder **Musik** darin einfügen. Längere und aufwendigere Videos würde ich eher auf dem Laptop mit einem Schnittprogramm bearbeiten", empfiehlt die 20-Jährige.

Dabei sei es **wichtig**, immer die **Zielgruppe vor Augen** zu haben – "also nicht nur eintönig vor der Kamera zu stehen, sondern sich **humorvoll** und **authentisch** zu zeigen". Damit die kurzen **Filme** auch ohne Ton in der Bahn oder im Wartezimmer geschaut werden können, sollten sie **mit Untertiteln versehen** werden. "Viele weitere Tipps wie diese geben wir in den Reels, die wir bei Instagram posten", so Lea Wirth.

## Blick hinter die Kulissen

Bei der Suche nach Auszubildenden setzen die Betriebe längst nicht mehr nur auf ein Pferd. Die **Präsenz** in den **Sozialen Medien** ist ein **Teil eines großen Puzzles**. Instagram, TikTok & Co. bietet Handwerkern die Chance, lebhaft Einblicke aus dem Arbeitsalltag eines Chefs, Gesellen oder Auszubildenden zu liefern – mit einem Foto oder kurzen Videos aus dem Büro, von der Baustelle, aus der Berufsschule oder von der Firmenfeier. "Dieser **Blick hinter die Kulissen** ist vielen aus unserer Generation einfach **super-super-wichtig!**", meint Lea Wirth.