

# Print gewinnt weiterhin



## Besser weniger, dafür gut informierte Azubis gewinnen.

Spielt es auch bei der Berufswahl eine Rolle, auf welche Weise sich Schülerinnen und Schüler informieren? Wenn es laut mehrerer Studien stimmt, dass Schreiben und Lesen auf Papier das gewonnene Wissen besser verankert, ist es dann nicht ideal, wenn Sie entsprechend informierte Auszubildende finden? Analoges Lernen ist verbindlicher. Das zeigen auch die neusten Zahlen einer Studie der Apo-Bank (2020).

## Was Sie nicht ändern, aber nutzen können.

Online-Portale: Die Suche über Google steht für über die Hälfte aller Schülerinnen und Schüler an oberster Stelle. Deutlich darunter liegt mit gut einem Drittel die Jobbörse der Agentur für Arbeit. **Klassische Portale, die zu Berufsinformationen und Ausbildungsmöglichkeiten genutzt werden, haben mit einem Viertel und einigem darunter kaum nennenswerte Ergebnisse** (siehe Grafik auf der Rückseite).

*Was liegt näher, als antizyklisch vorzugehen, um bei den Jugendlichen aufzufallen?*

## Woraus Sie einen Vorteil ziehen können.

Persönlicher Kontakt: Dass dieser im Ausbildungsmarketing sehr erfolgreich ist, beweist die neuste Studie ebenfalls. Denn zwei Drittel der Schülerinnen und Schüler möchten über Veranstaltungen, die direkt in der Schule abgehalten werden, auf ihre zukünftigen Ausbilder treffen. Überraschend ist, dass Unternehmensvertreter als Austauschpartner einen auffällig höheren Stellenwert haben als Lehrpersonen.

*Was liegt näher, als mit einer Schulpatenschaft neutral und direkt in die Schule zu gelangen?*



## Was Sie vielleicht nicht gedacht haben.

Die Befragung hat gezeigt, dass für Schülerinnen und Schüler Printangebote besonders wichtig sind. Rund 42% von ihnen möchte Broschüren von Arbeitgebern erhalten und 34% sehen in Zeitschriften, die sie in der Schule erhalten, einen ebenso relevanten Informationskanal.

**Was liegt näher, als Ihr Ausbildungsangebot in einem streuverlustfreien Printmedium zu platzieren, das bis zu zwei Jahren fächerübergreifend im Unterricht zum Einsatz kommt?**

Klassische Online-Portale:

11,7%

Unternehmens-Broschüren:

42%

Fazit: Die Beachtung von Printmedien (vor allem in den Schulen) ist weitaus größer als erwartet.

## Es zeigt sich.

Somit geht deutlich hervor, dass es nicht **das** Medium oder **den** Kanal gibt, über den Sie Ihren potentiellen Betriebsnachwuchs erreichen können. Sie werden nur erfolgreich sein, wenn Sie für Ihr Nachwuchsmarketing einen crossmedialen Mix wählen. **Printmedien sind nicht vorbei, wie gerne behauptet wird, und Onlinemedien sind nicht die Lösung aller Probleme.**

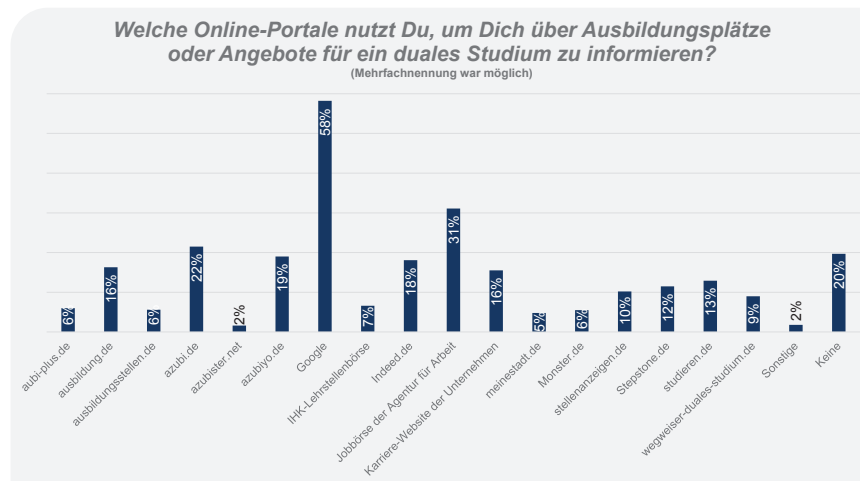
**Beachten Sie unsere Angebote. Wir freuen uns auf Sie!**



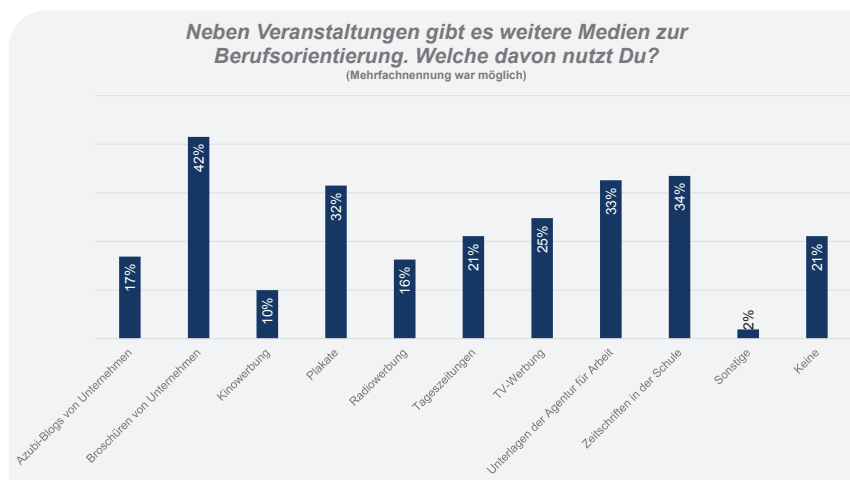
# Die Fakten belegen es



## Nur Google und die Jobbörse der Agentur für Arbeit liegen bei der Suche nach Ausbildungsplätzen vorne.



## Mit 42% sind Unternehmens-Broschüren und mit 34% Zeitschriften in der Schule noch immer am relevantesten.



Hier gelangen Sie zur vollständigen Studie:

<https://newsroom.apobank.de/documents/ergebnisse-schulerbefragung-2020-98480>

(Quellen: BIBB; deutsche Apotheker- und Ärztebank; Business User, digitale Arbeit).

**AMACHER-JOBMEDIA**

Berufskunde-Verlag der Alfred Amacher GmbH  
Küssaburgstraße 20 | D-79801 Hohentengen-Bergöschingen  
Tel. +49 77 42/47 33 | Fax +49 77 42/47 43  
info@berufskunde.de | www.berufskunde.de