

Dokumentation

Netzwerktreffen Hamburger Ausbildungs-Netzwerk (HANZ!)

12.Juli 2016 in Hamburg

Ausbildung 4.0 – Ausbildung im digitalen Wandel



Seit der Jahrtausendwende haben sich die Anforderungen an Auszubildende - aber auch an Personalverantwortliche sowie Ausbilder*innen - aufgrund der digitalen Transformation stark verändert. Zudem schreitet der digitale Wandel unvermindert voran!

Wie kann man den Herausforderungen dieser Entwicklung in puncto Personalmarketing und Recruiting als Unternehmen begegnen? Welche Rolle kann dabei digitale Bildung im Betrieb spielen und welche Chancen erschließen sich grundsätzlich aufgrund des digitalen Zeitenwandels?

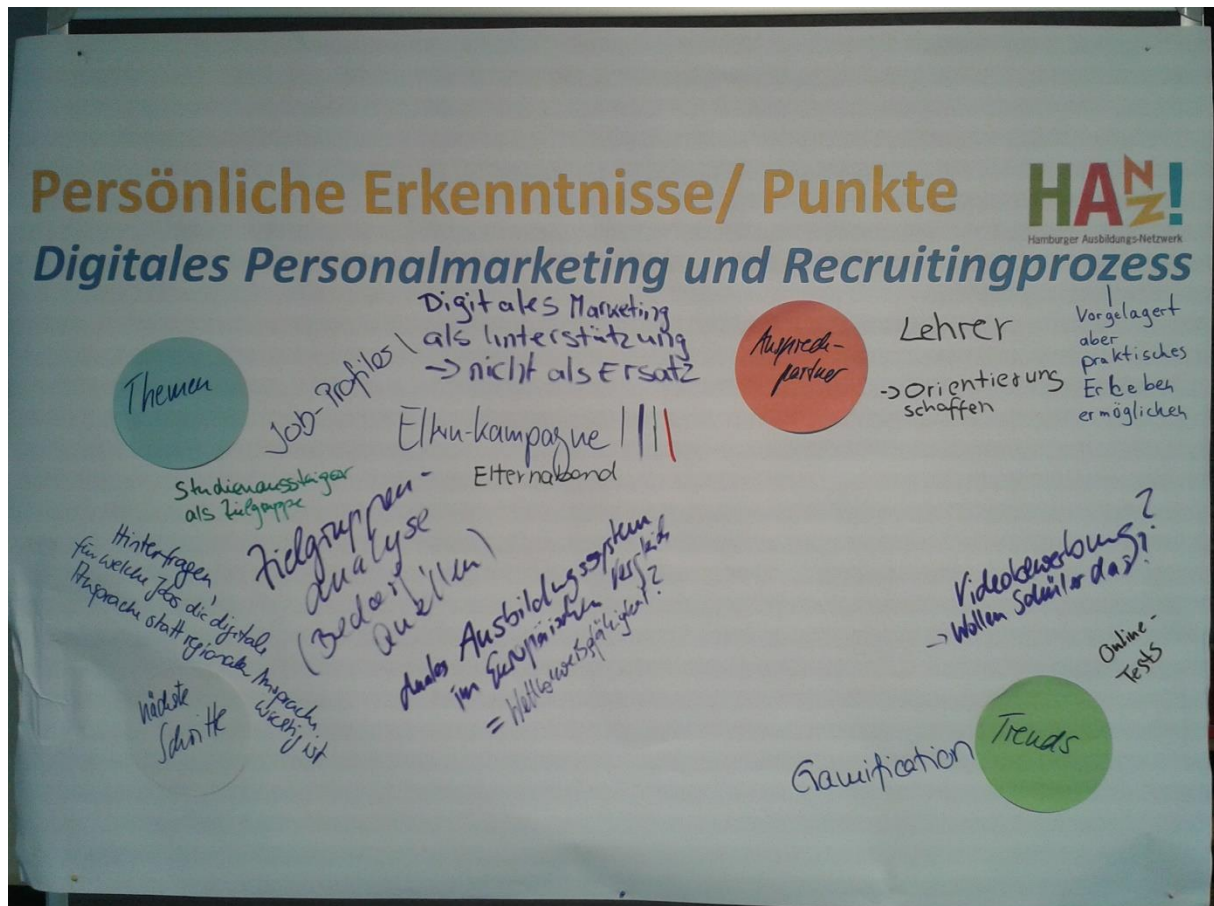
Diese und weitere Fragen versuchten wir, mit unseren Gästen und Experten zu klären, wobei der Erfahrungsaustausch unter den Unternehmensvertretern in ungezwungener Atmosphäre im Vordergrund stand. Nach einem Eröffnungsvortrag konnten unsere Gäste untereinander und mit den Experten an den drei folgenden Thementischen ins Gespräch kommen. Jeder Gast hatte die Möglichkeit, sich nacheinander an allen drei Tischen auszutauschen.

- **Keynote: „Herausforderungen und Chancen des Personalmarketings im digitalen Zeitalter“, Frank Stietenroth** (Bertelsmann SE-Tochter Territory Embrace, Gütersloh, Senior Sales Manager)
- **Tisch 1: Digitales Personalmarketing und Recruitingprozess** – Wie erreiche ich meine zukünftigen Auszubildenden und wie gestalte ich den Recruitingprozess erfolgreich?, **Katrin Sünderhauf** (Deutsche Bahn Mobility Logistics AG, Berlin, Leiterin Grundsätze Schülerrecruiting und Talent Akquisition Schüler und Fachkräfte)
- **Tisch 2: Digitale Bildung** – Wie baue ich digitales Lernen in meine Aus- und Fortbildung ein? **Nicole Heinrich** (OTTO GmbH & Co. KG, Hamburg, Leiterin Ausbildung und Personalmarketing)
- **Tisch 3: Anforderungen an die digitale Berufswelt** – Wie verändern sich Berufsanforderungen und welche Kompetenzen sind zukünftig verstärkt gefragt? **Frank Stietenroth** (Bertelsmann SE-Tochter Territory Embrace, Gütersloh, Senior Sales Manager)

Ergebnisse

Tisch 1: Digitales Personalmarketing und Recruitingprozess – Wie erreiche ich meine zukünftigen Auszubildenden und wie gestalte ich den Recruitingprozess erfolgreich?

Katrin Sünderhauf (Deutsche Bahn Mobility Logistics AG, Berlin, Leiterin Grundsätze Schülerrecruiting und Talent Akquisition Schüler und Fachkräfte)



Die Wahl der Personalmarketingmaßnahmen muss sich an der Strategie des Unternehmens, des Arbeitsmarktes und der Anzahl der Bedarfe orientieren. Also am Anfang des Prozesses steht immer eine Bedarfsanalyse: Wen benötigt mein Unternehmen wann und wofür? Daraus leitet sich das „Wen möchte ich dafür ansprechen?“ ab und leitet zur Frage „Wie möchte ich meine Zielgruppe ansprechen?“ über. Diese Fragen muss sich jedes Unternehmen unabhängig von seiner Größe stellen. Das Arbeitsmarktumfeld hat sich in den letzten Jahren massiv geändert. Es ist ein Bewerbermarkt entstanden, in dem sich die Unternehmen bei den Kandidaten bewerben. Die Unternehmen sind am Zug, ihre Qualitäten als Arbeitsgeber zielgruppengerecht und authentisch aufzubereiten.

Neben der konkreten Zielgruppenansprache wird das Einbeziehen der für den Schüler wichtigsten Ratgeber in Sachen Berufswahl als Erfolgsfaktor gesehen. Gemäß der Vodafone Studie von 2014 sind sowohl die Eltern als auch Peers diese Ratgeber. Die meisten Schüler informieren sich über das Internet, aber auch auf Messen und in Praktika. Schulkooperationen können die Brücke zwischen Schülern, Eltern, Lehrern und Unternehmen bilden. Für viele Schüler und Eltern stellt sich die Welt der Berufe sehr komplex dar. Individuelle Angebote können hier den Unterschied machen. Unternehmen und

Organisationen sind gefordert, ihre Berufe konkret und verständlich zu beschreiben bzw. erlebbar zu machen. Ein Trend dabei könnte Gamification sein. Hier werden spielerische Elemente von Onlinecomputerspielen mit dem beruflichen Kontext von Unternehmen verbunden.

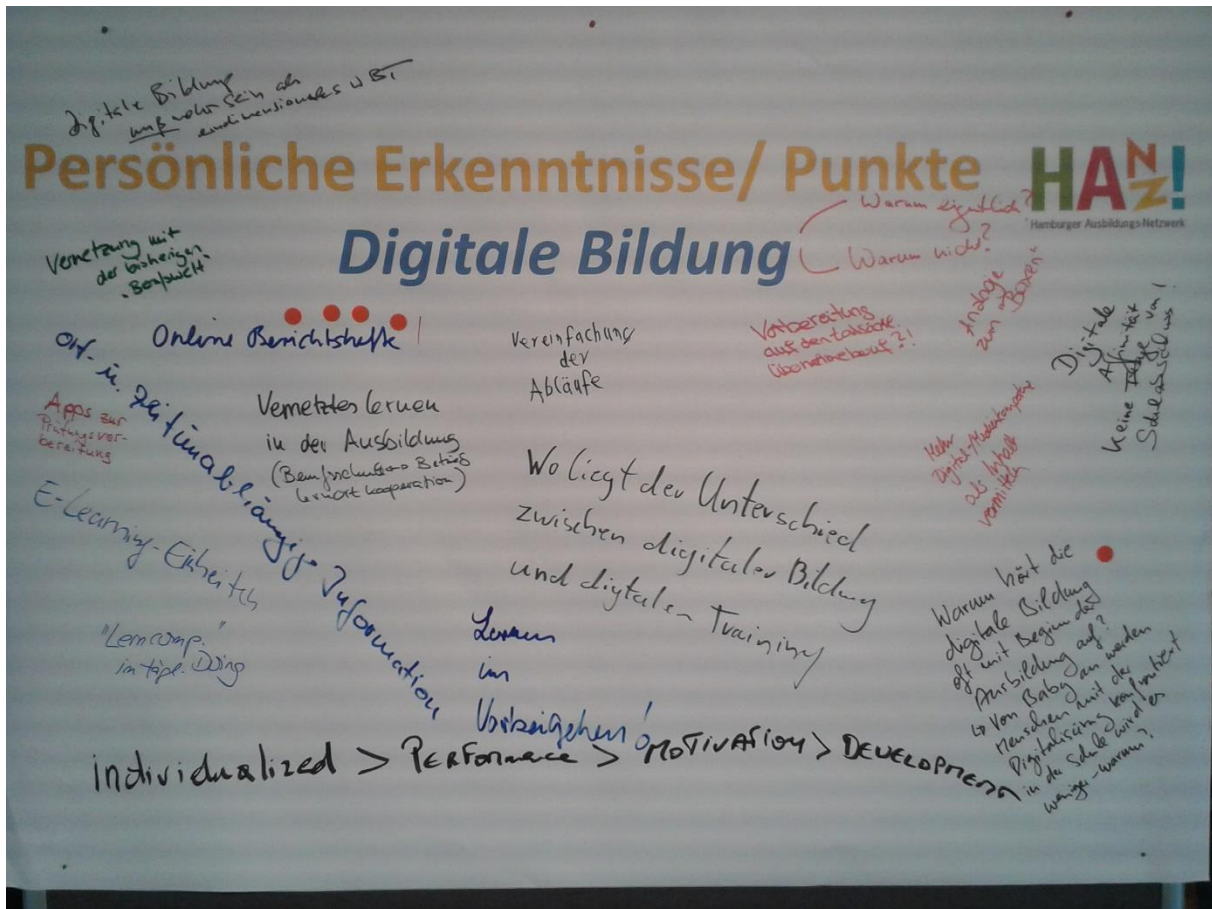
In der Gestaltung des Bewerbungsprozesses liegt der Schlüssel für eine erfolgreiche Gewinnung von Azubis. Der Prozess muss für den Kandidaten transparent und schnell ablaufen. Der Einsatz von Onlinetestverfahren ist schon weit verbreitet. Eine besondere Form der Onlinebewerbung stellt das Bewerben per Video dar. Perspektivisch könnte das Video das Anschreiben ersetzen.

Vielen Dank an alle Teilnehmer für lebendige Diskussionen und neue Impulse.



Beispiel: Arbeitgeberkampagne 2016 – Digitales Schülermarketing, ©Deutsche Bahn

Tisch 2: Digitale Bildung – Wie baue ich digitales Lernen in meine Aus- und Fortbildung ein? **Nicole Heinrich** (OTTO GmbH & Co. KG, Hamburg, Leiterin Ausbildung und Personalmarketing)



Digitale Bildung ist mehr als digitales Lernen:

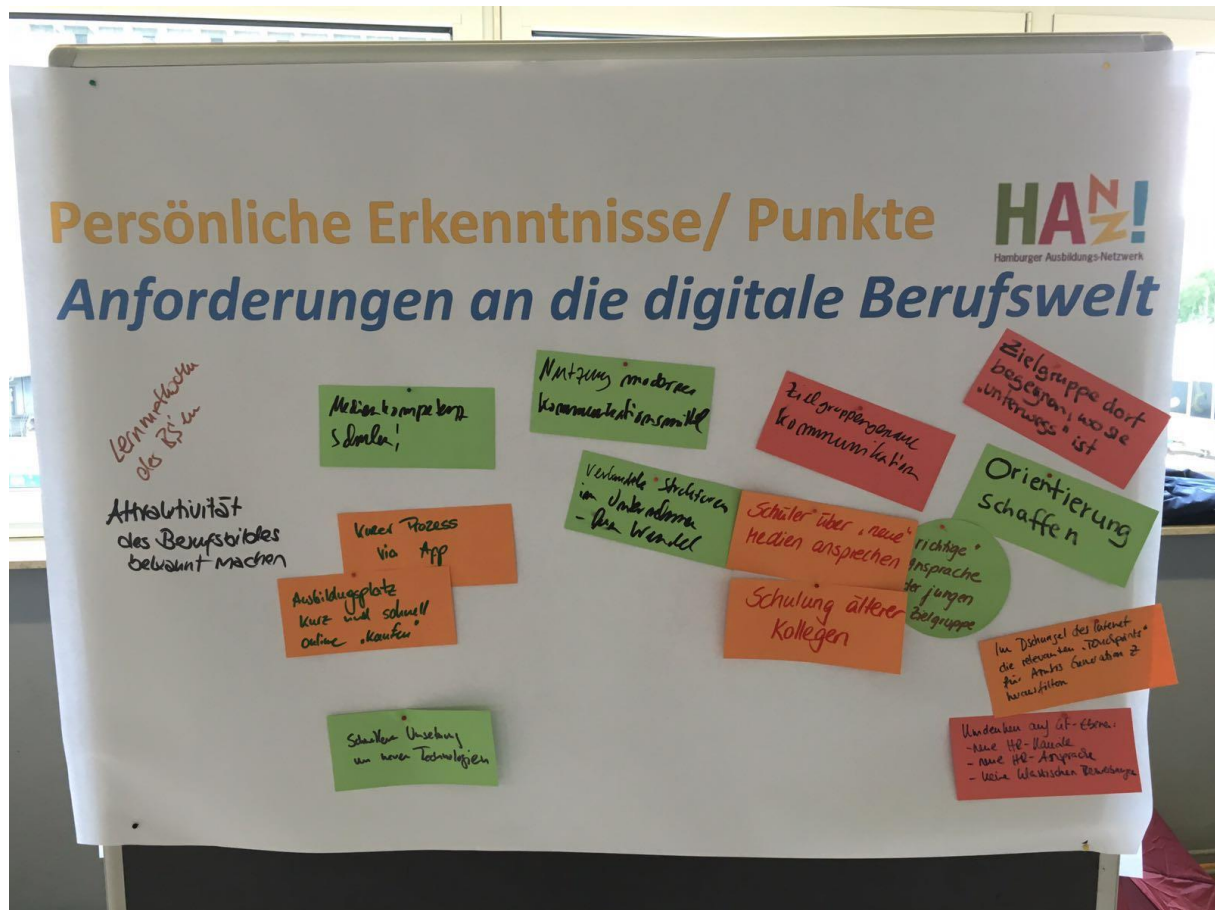
- **Lern-Inhalte**
Digitalisierungsthemen, um die digitale Kompetenz aufzubauen, z.B. Medienkompetenz, digitale Arbeitsabläufe, Bedienung von Arbeitsgeräten.
- **Devices:**
Nutzung der Endgeräte, die in den jeweiligen Lebens- und Arbeitswelten bereits verankert sind, z.B. Smartphone, Tablet, Notebook.
- **Lernformate:**
E-Learning/ Web-Based-Trainings (WBT), Webinare, Tutorials (Youtube), Apps.
- **Lernkultur:**
„Haltung“ jederzeit und ortsunabhängig informell zu lernen („Lernen im Vorbeigehen“).
- **Technik:**
Nutzung von Learning-Management-Systemen (LMS) - zur Vereinfachung der Lernabläufe, z.B. beim flächendeckenden Trainings (Bsp. Hygiene-Schulungen, AGG).

- **Multichannel:**
Blended-Learning-Konzepte - bewusster Medienmix, um sich in Präsenztrainings auf das „Training“ konzentrieren zu können und mit dem Onlinetraining auf die Wissensvermittlung.
- **Personalentwicklung:**
Mehr Individualisierung - Lernkonzepte, die die persönlichen Bedarfe bedienen und zur echten „Entwicklung“ beitragen.
- **Community:**
Vernetztes Lernen, z.B. in Lerngruppen und auch in Vernetzung mit Berufsschule <--> Betrieb.

Unsere Erkenntnisse und → unsere Ideen dazu:

- Digitale Affinität hat nichts mit dem Alter, hat nichts mit dem Schulabschluss und auch nichts mit dem Beruf (ob kaufmännisch oder handwerklich) zu tun
→ **Digitalität und der Umgang mit digitalen Medien muss überall Einzug bekommen. Es ist genauso wichtig wie Lesen, Rechnen, Schreiben und sein „Handwerk“ zu beherrschen.**
- Digitales Lernen darf mit dem Eintritt in die Schule bzw. Ausbildung nicht aufhören, denn Digital Natives wachsen mit permanenter Digitalität auf
→ **es wird somit höchste Zeit, dass wir „Digitale Bildung“ in unsere Aus – und Weiterbildung integrieren.**
- Digitale Bildung muss mehr sein, als „eindimensionale“ WBT.
→ **individuelle Blended Learning-Konzepte**, die maßgeschneidert und frei angeboten werden; mögliche Inhalte: Prüfungsvorbereitung, Vorbereitung auf den Berufseinstieg/ Berufsprofile mit Perspektive, Arbeitsmethoden.
- Digitales Lernen ist noch zu wenig in den Betrieben integriert, da der Aufwand zu groß erscheint
→ **„Einfach mal machen!“** ist die Lösung. Content nutzen, der im Internet vorhanden ist, Anbieter nutzen (WBTs mieten, statt LMS einführen).
- In den Ausbildungsprozessen herrscht noch zu wenig Digitalität.
→ **agile Einführung von IT-gestützten Formaten**, wie z.B. das Online-Berichtsheft, Masterpläne digital abbilden, Einsatzplanungstools nutzen.
- Ausbilder und Betreuer sind noch zu wenig digital geprägt/ geschult.
→ **Digital fit machen! Und die Rolle überdenken: vom „Wissens-Vermittler“ zum Lernbegleiter.**
- Der schnelle technologische Wandel erfordert lebenslanges Lernen.
→ **Nicht nur den Fokus auf die junge Zielgruppe richten – Generationenmix beachten!**

Tisch 3: Anforderungen an die digitale Berufswelt – Wie verändern sich Berufsanforderungen und welche Kompetenzen sind zukünftig verstärkt gefragt?
Frank Stietenroth (Bertelsmann SE-Tochter Territory Embrace, Gütersloh, Senior Sales Manager)



In den Diskussionen haben sich drei immer wiederkehrende Themen gefunden, die mehrfach auf verschiedenste Weise diskutiert wurden.

Kompetenz:

- In einigen gewerblichen Berufen wird schon jetzt vorausgesetzt, mit mehreren modernen Geräten zu arbeiten: Wie binden wir hier auch zukünftig ältere Fachkräfte ein, die nicht mit der Technologie aufgewachsen sind? Hier muss deutlich mehr Verständnis geschaffen und Schulungen angeboten werden.
- Nutzen wir Assistenten wie Apps nur oder steuern wir sie? Verlieren wir nicht die Fähigkeiten dazu, vieles selbst in die Hand zu nehmen? Heutzutage spielen schon Kleinkinder mit Tablets, lernen sie auch noch mit Bauklötzen umzugehen? Wir müssen Arbeitsprozesse noch mehr an die neuen Gegebenheiten anpassen. Dabei dürfen wir jedoch nicht die Kernkompetenzen und deren Schulung vernachlässigen.
- Wie vermitteln wir auf Augenhöhe notwendige Kompetenzen für die bevorstehenden Anforderungen an die Jobs? Hier geht es auch um Fähigkeiten wie Medienkompetenz, Netzwerkverständnis und IT-Knowhow, welches sich stetig und mittlerweile in einem hohen Tempo, weiterentwickelt. Weiterbildungen dieser Art müssen fortwährend in den Berufsalltag eingebunden werden.

Zielgruppengenaue Kommunikation:

- Erreichen wir die Zielgruppe richtig? Wie können wir auch für Berufe werben, die derzeit vielleicht nicht so angesagt sind. Hier geht es vor allem um Verstehen der Lebenswelt der Zielgruppe und den Einsatz der richtigen Medien, um auf Augenhöhe der Zielgruppe zu begegnen.
- Berufsfindung unterstützen: schon früh an der Zielgruppe dran sein sowie informieren und dabei potenzielle Kandidaten nicht aus den Augen verlieren.
- Oft scheitert interne Kommunikation an einfachen Dingen. Firmen-WLAN ist nicht für alle zugänglich – hier auch über Grenzen hinaus denken und Vernetzung schaffen.
- Eine offene Unternehmenskultur, gerade um junge Zielgruppen aufzufangen, kann nicht nur „top-down“ vorgegeben werden, sondern muss vor allem von allen Mitarbeitern gelebt werden. Hier ist jeder im Unternehmen gefragt.
- Nicht alle sozialen Netzwerke wie snapchat oder instagram eignen sich zwingend für Recruiting. Auch bei Facebook reicht es nicht, eine eigene Unternehmensseite zu pflegen. Lassen Sie die eigenen Azubis sprechen! Holen Sie sich Feedback ein, bleiben Sie auf einer Ebene. Videos sind manchmal besser als zu viel Text.
- Berufsbilder, auch die vielleicht im ersten Schritt „unsexy“ erscheinen, sollten richtig erläutert und offen kommuniziert werden. Erfahrungsberichte, bestenfalls mit guten Videos unterstützt, schaffen Akzeptanz und Interesse.

Laufende Anpassung - auch der Berufsbilder

- Ständige Weiterentwicklung der Berufsbilder auch unternehmensseitig ist unerlässlich. Hier sollte man sich nicht nur auf die Vorgaben von IHKs u.a. verlassen, sondern proaktiv handeln. Jedes Unternehmen kann seinen Teil einbringen. Das muss nicht immer mehr Geld sein, sondern kann auch viele andere Ideen beinhalten. Hier gilt es, nach Branche und Tätigkeit individuell zu brainstormen und zu entscheiden.
- „Lebenslanges Lernen“ ist notwendig. Hierzu die Bereitschaft immer wieder einfordern aber auch fördern, nicht nur von jungen Erwachsenen, sondern auch von älteren Arbeitnehmern.
- Neue Lernmethoden sollten etabliert und auch die offiziellen Stellen mitgenommen werden:
„Learning-on-Demand“, „flipped classrooms“ können spannende Ansätze darstellen und müssen wieder für jedes Berufsbild individuell angepasst werden.

Teilnehmerliste

Aus Datenschutzgründen sind hier nicht die jeweiligen Kontaktdaten geführt. Auf Wunsch stellen wir gern den Kontakt her.

Nr	Nachname	Vorname	Institution	Position/ Zuständigkeit
1	Ameti	Besim	Dat Backhus Heinz Bräuer GmbH & Co. KG	Ausbilder und Bezirksleiter
2	Backhaus	Johanna-Katharina	Otto (GmbH & Co KG)	OTTO-Auszubildende Groß- und Außenhandelskauffrau
3	Bäuerlen	Annika	Iwan Budnikowsky GmbH & Co KG	Mitarbeiterservice und -entwicklung, Schulungsbereich, Azubi-Schulungen, e-learning
4	Ben Mekki	Iheb	Stromnetz Hamburg GmbH	Referent Personalbetreuung
5	Deinhard	Ingo	SIGNAL IDUNA Gruppe	Ausbilder, versicherungskaufmännische Ausbildung, Agenturausbildung
6	Drevin	Frank	Hapag-Lloyd AG	HR-Management/Ausbildung
7	Freienstein	Tina	Iwan Budnikowsky GmbH & Co KG	Mitarbeitermarketing
8	Grabowski	Janine	Veolia Umweltservice GmbH	Leiterin Personal Zentralgesellschaften
9	Heinrich	Nicole	Otto (GmbH & Co KG)	Leiterin Personalentwicklung und Ausbildung
10	Herrmann	Alina	Hamburger Hochbahn AG	Leiterin Fachbereich Berufsausbildung und Personalentwicklung
11	Holthus	Alexander	KÜHNE + NAGEL (AG & Co.) KG	HR Project Manager Employer Branding / Digital Media
12	Holtze	Jana	Otto (GmbH & Co KG)	Junior-Referentin Personalentwicklung/Ausbildung
13	Hornschuh	Monika	Asklepios Kliniken - Bildungszentrum für Gesundheitsberufe Hamburg	Ausbilderin Pflegeberufe
14	Kirschner	Sylvie	Hermes Logistik Gruppe Deutschland GmbH	HR
15	Krokotsch	Ina	Hamburg Port Authority AöR	Leiterin Ausbildung und Qualifizierung
16	Meier	Alexandra	Schultz Gruppe GmbH	PR-Beraterin
17	Molthan	Katharina	Asklepios Kliniken - Bildungszentrum für Gesundheitsberufe Hamburg	Öffentlichkeitsarbeit, Bildungszentrum für Gesundheitsberufe mit Ärzteakademie

18	Morschek	Martina	ECE Projektmanagement G.m.b.H. & Co. KG	Ausbildungsleitung
19	Nussel	Greta	KÜHNE + NAGEL (AG & Co.) KG	Projektmanagerin Personal- und Organisationsentwicklung
20	Paarmann	Michael	Lufthansa Technik	Ausbildungsleiter
21	Rajnyn	Svetlana	Amplifon Deutschland GmbH	Personalabteilung, Recruitment & Personalentwicklung
22	Saß	Sten-Arne	Still GmbH	Ausbildungsleitung
23	Schernus	Wolfgang	Hamburger Institut für Berufliche Bildung (HIBB)	Leitung Bildungsgangentwicklung im gewerblich-technischen Bereich
24	Schröder	Christine	Jugendberufsagentur Hamburg	Sachbearbeitung JBA- Koordination
25	Schultz	Axel	Schultz Gruppe GmbH	Geschäftsführender Gesellschafter
26	Schuster	Anja	Hermes Logistik Gruppe Deutschland GmbH	Ausbildungsleiterin / Referentin Development & Training
27	Simon	Norman	Otto (GmbH & Co KG)	OTTO-Auszubildender Kaufmann für Büromanagement
28	Stanciu	Andreea	Hamburg Port Authority	Personalmarketing & Rekrutierung
29	Stange	Daniela	Otto (GmbH & Co KG)	Referentin Ausbildung
30	Stietenroth	Frank	Territory Embrace - Medienfabrik Gütersloh GmbH	Senior Sales Manager
31	Stindl	Stefanie	VTG Aktiengesellschaft	Ausbildungsleiterin
32	Strahl	Jürgen	HanseMercur Versicherungsgruppe	Personalleiter
33	Sul	Marilyn	Computerfutures GmbH	Key Account Manager
34	Sünderhauf	Katrin	Deutsche Bahn Mobility Logistics AG	Grundsätze Schüler Recruiting und Recruiting Schüler und Fachkräfte Region Ost (HM-O)
35	Ullmann	Melina	Amplifon Deutschland GmbH	Personalabteilung - Recruitment & Personalentwicklung
36	von Berg	Christian	Otto (GmbH & Co KG)	Hamburger Ausbildungsnetzwerk (HANz)
37	von Nordeck	Maren	Otto (GmbH & Co KG)	Hamburger Ausbildungsnetzwerk (HANz)
38	Weyand	Jürgen	Lufthansa Technik	Referent Ausbildung
39	Wilbert	Carola	OTTO DÖRNER GmbH & Co. KG	Personalentwicklung, Ausbildung
40	Wilkens	Thomas	Vattenfall Europe Business Services GmbH	Leiter Technische Berufsausbildung
41	Witt-Barthel	Dr. Annegret	Hamburger Institut für Berufliche Bildung (HIBB)	Ansprechpartnerin Leuchtturmprojekt Studienabbrecher

42	Zagel	Sibylle	BBW Berufsbildungswerk Hamburg GmbH	Leiterin Stab (Berufs- und Studienorientierung)
43	Zwaenepoel	Christophe	Computerfutures GmbH	Sales Direktor Norddeutschland

Impressum

HANZ! – Hamburger Ausbildungs-Netzwerk
 Otto GmbH & Co. KG
 Werner-Otto-Straße 1-7
 22179 Hamburg
 040/6461-3668
info@hanz.hamburg
www.hanz.hamburg

HANZ! ist ein Netzwerk von Unternehmen, das junge Menschen bei dem Weg in die Berufswelt seit dem Jahre 2000 unterstützt. Motivierte Jugendliche bekommen bei uns eine Chance, auch wenn die Noten nicht so ganz stimmen. Für uns ist der Mensch wichtig.

Bildnachweise

Veranstaltungsfotos: Maren von Nordeck, Christian von Berg (beide HANZ!)

Seite 6: Frank Stietenroth, Territory Embrace

Anhang (gesondert als PDF-Dokument)

Keynote: „Herausforderungen und Chancen des Personalmarketings im digitalen Zeitalter“, Frank Stietenroth (Bertelsmann SE-Tochter Territory Embrace, Gütersloh, Senior Sales Manager)