



Leitfaden

Nachwuchsförderung und Personalgewinnung im Handel

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Impressum

Autoren: Margarete Schreurs, Tanja Leis

Redaktion: Kathrin Großheim

Gestaltung: Claudia Weinhold

Bildquelle: © auremar - Fotolia.com

Herausgeber:

RKW Rationalisierungs- und Innovationszentrum
der deutschen Wirtschaft e. V.

Kompetenzzentrum
Düsseldorfer Str. 40 A
65760 Eschborn

© März 2013

Dieses Projekt wurde von einem Projektbeirat begleitet und unterstützt.
Wir bedanken uns besonders bei:

- Denis Henkel, Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen e. V., Berlin
- Monika Dürrer, Handelsverband Deutschland – HDE e. V. Der Einzelhandel, Berlin
- Wilfried Malcher, Handelsverband Deutschland – HDE e. V. Der Einzelhandel, Berlin
- René Borresch, Akademie Deutscher Genossenschaften, Montabaur
- Dr. Konstantin Kolloge, Der Mittelstandsverbund – ZGV e. V., Berlin
- Florian Seikel, bvH – Bundesverband des Deutschen Versandhandels e. V., Berlin
- Friederike von Kempis, Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, Berlin

Inhaltsverzeichnis

Einführung	5
1. Marketing für Nachwuchskräfte: Empfehlungen im Überblick	6
2. Wünsche von Schülern und Auszubildenden an das Online-Recruiting	8
3. Quick-Check für Ihre Online-Angebote für Nachwuchskräfte.....	10
4. Checkliste für Ihre Online-Angebote für Nachwuchskräfte	12
5. Beispiele guter Praxis.....	16



Einführung

Im Wettbewerb um Nachwuchskräfte wird Online-Recruiting als Instrument der Personalgewinnung immer wichtiger. Auch in der Handelsbranche nutzen Unternehmen und Multiplikatoren zunehmend die interaktiven Möglichkeiten des Internets, um potenzielle Nachwuchskräfte für eine Ausbildung im Handel zu gewinnen und sich als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren.

Arbeitgeberqualitäten ansprechend zu präsentieren und junge Menschen über das Internet gezielt anzuwerben, erfordert einen professionellen Einsatz des Online-Recruiting. Ziel des RKW-Projekts „Nachwuchskräfteförderung und Personalgewinnung im Handel“ war es, mit einer Bestandsaufnahme bestehender Internetangebote und einer Befragung von Nachwuchskräften den Status Quo eines webbasierten Ausbildungsmarketing in der Handelsbranche zu ermitteln. Darüber hinaus wurden Handlungsempfehlungen sowie Praxishilfen entwickelt, die Unternehmen, Bildungsträger und andere Multiplikatoren im Handel dabei unterstützen, Nachwuchskräfte zielgruppengerecht anzusprechen und die Arbeitgeberqualitäten erfolgreich zu vermarkten.

Die Projektergebnisse sind in Form einer **Studie** und eines **Leitfadens** veröffentlicht worden.

Die **Studie** informiert im Wesentlichen über die Ergebnisse der Bestandsaufnahme sowie daraus abgeleiteter Handlungsempfehlungen für eine gute Praxis.

Die in diesem **Leitfaden** zusammengefassten Empfehlungen sollen gerade kleine und mittlere Handelsunternehmen, aber auch Multiplikatoren dabei unterstützen, ihr Online-Recruiting von Nachwuchskräften zu verbessern. Nach dem Motto „aus der Praxis für die Praxis“ haben wir vielfältige Erfahrungen aus der Handelsbranche in diese Zeilen einfließen lassen (mehr dazu in der gleichnamigen Studie). Das Ergebnis sind Handlungsempfehlungen zu folgenden, zentralen Fragen:

- Was bewegt Jugendliche im Berufswahlprozess und wie kann man sie für eine Berufsausbildung im Handel motivieren?
- Wo und wie informieren sie sich zum Thema Ausbildung und welche Online-Angebote nutzen sie dazu?
- Wie können Arbeitgeber (des Handels) ihre Internetangebote optimal auf die Zielgruppe junger Nachwuchskräfte zuschneiden?
- Welche Gestaltungskriterien sollten sie bei ihrem Webauftritt beachten?
- Wie können sich Unternehmen und Multiplikatoren der Handelsbranche im Ausbildungsmarkt geschickt vernetzen und vermarkten?

1. Marketing für Nachwuchskräfte: Empfehlungen im Überblick

Die nachfolgenden Handlungsempfehlungen beruhen auf den Ergebnissen und Erfahrungen aus unserer Bestandsaufnahme bestehender Internetangebote von Unternehmen und Multiplikatoren der Handelsbranche sowie dem Berufsbildungsbereich, die in der Studie „Nachwuchsförderung und Personalgewinnung im Handel“ beschrieben sind. Sie greifen wichtige Trends der Personalrekrutierung sowie wertvolle Erfahrungen anderer Unternehmen auf und geben ausgehend vom aktuellen Handlungsbedarf hilfreiche Anregungen und Tipps für ein erfolgreiches Marketing für Nachwuchskräfte.

Nutzen Sie das Internet zur Rekrutierung von Nachwuchskräften.

Auf den Webseiten von Multiplikatoren und Unternehmen der Handelsbranche sind Informationen zum Thema Ausbildung noch unterrepräsentiert – trotz der hohen Bedeutung des Internets für junge Menschen. Auch werden die Gestaltungspotenziale einer zielgruppengerechten Bewerbung und Ansprache noch zu wenig ausgeschöpft.

Wer im Wettbewerb um Nachwuchskräfte punkten will, sollte das Internet verstärkt als Rekrutierungsinstrument einsetzen und ausbauen.

Richten Sie Ihre Online-Angebote auf das gesamte Spektrum der Zielgruppe aus!

Auf den von uns untersuchten Webseiten ist das Informationsangebot zur Ausbildung im Internet überwiegend auf wenige Teilgruppen junger Nachwuchskräfte fokussiert, z. B. Schüler, Abiturienten und Auszubildende. Die Zielgruppe wird kaum in ihrer gesamten Breite und Vielfalt beworben. Damit verspielen Sie wertvolle Chancen, weitere potenzielle Bewerbergruppen zu gewinnen, beispielsweise Bewerber mit bzw. ohne Schulabschluss, Migranten, Studenten und Akademiker. Das Internet bietet Ihnen die Chance, die Zielgruppe in ihrer Vielfalt anzusprechen und damit einen größeren Kreis potenzieller Bewerber für die Personalsuche zu erreichen – Nutzen Sie sie!

Vergessen Sie die Eltern und Lehrer nicht – auch Sie informieren sich online!

Um die Nachwuchsrekrutierung effizient zu gestalten, sollten Sie sogenannte „Sekundärgruppen“ wie Eltern und Lehrer stärker berücksichtigen. Schließlich haben sie als Multiplikatoren einen entscheidenden Einfluss auf die Berufsorientierung und -wahl junger Menschen. Spezielle Informationsangebote, aber auch Aktionen wie Schulkooperationen, Beteiligungen an regionalen Ausbildungsmessen oder Tage der offenen Tür können sie überzeugen.

Alles auf einen Blick – Bieten Sie möglichst umfassende Informationen!

Viele Handelsunternehmen beschränken ihre Angebote zur Berufsausbildung im Internet noch überwiegend auf Informationen zur Ausbildung im Betrieb und zur Branche. Die Nachwuchskräfte interessieren sich aber vor allem für Internetseiten mit einem breiten Informationsspektrum und einer guten inhaltlichen Vernetzung mit Experten und Beratungsstellen im Ausbildungsbereich. Dies erleichtert ihnen die Suche und Auswahl von Informationen.

Setzen Sie Anreize mit spezifischen Ausbildungsangeboten und Karrierewegen!

Unternehmen und Verbände der Handelsbranche sind gut beraten, ihre bestehenden Online-Angebote durch wichtige Themen zur Berufsorientierung zu erweitern. Vor allem Informationen über Berufsbilder, Aufstiegs- und Karrieremöglichkeiten im Unternehmen und in der Branche treffen das Interesse der Zielgruppe. Ebenso interessant sind neue Ausbildungsgänge, mögliche Auslandsaufenthalte oder -tätigkeiten, Fort- und Weiterbildungsangebote nach der Ausbildung, Instrumente zur Selbsteinschätzung und Tipps zur Bewerbung.

Vernetzen Sie Ihre Informationsangebote und Aktivitäten!

Erhebliche Potenziale für Ihr Ausbildungsmarketing liegen in der intelligenten Vernetzung mit Netzwerkpartnern aus dem Bereich der Berufsbildung. So können Multiplikatoren wie Branchenverbände oder Organisationen mit bildungspolitischen und beratungsspezifischen Auftrag Ihre Online-Angebote schnell und ohne großen Aufwand inhaltlich erweitern. Damit gehen

Sie noch besser auf den spezifischen Informationsbedarf Ihrer Zielgruppe ein und erreichen darüber hinaus auch noch mehr potenzielle Bewerber.

Auch mit Beteiligungen an Aktionen und Maßnahmen von lokalen oder regionalen Akteuren des Berufsbildungsbereichs verbessern Sie Ihren Zugang zur Zielgruppe und stärken Ihr Image als attraktiver Arbeitgeber in der Region. Beispiele sind Ausbildungsmessen, Partnerschaften zwischen Schulen und Unternehmen, Wettbewerbe oder die Teilnahme am Girl's bzw. Boy's Day.

Weg vom Text, hin zum Bild: Gerade junge Menschen mögen es anschaulich!

„Ein Bild sagt mehr als tausend Worte.“ Wer die Aufmerksamkeit junger Menschen gewinnen will, sollte dies bei der Gestaltung seines Online-Angebots besonders berücksichtigen. Animierte Bilder und Grafiken, Fotogalerien oder Filmsequenzen sprechen junge Menschen besonders an und sollten zu Ihrem Standardrepertoire gehören.

Gewinnen Sie Ihren Nachwuchs „spielend“ – mit multimedialen Anwendungen!

Multimedia-Instrumente, wie z. B. virtuelle Unternehmensrundgänge oder Fallstudien, simulierte Aufgabenstellungen und Arbeitsprozesse, spielerische Tests zur Selbsteinschätzung und -beurteilung, werden – wie unsere Untersuchung zeigt – von Handelsunternehmen noch wenig eingesetzt. Wer Jugendliche wirklich begeistern will, braucht allerdings eine gute Mischung von Information und Unterhaltung, von Angeboten zur Interaktion und zum Mitmachen. Kurzum: „Recruitment“ ist gefordert.

Was heißt das? Sie können sich mit multimedialen Angeboten im Online-Recruiting auf kreative Weise als attraktiver Arbeitgeber präsentieren, Ausbildungs- bzw. Arbeitsinhalte sowie die Anforderungen des Ausbildungsberufs oder der Tätigkeit unterhaltsam vermitteln. Außerdem lassen sich mit einem ansprechenden Multimedia-Angebot Bewerbungsanreize setzen und die am besten geeigneten Kandidaten schnell und ohne großen Aufwand aus größeren Bewerberkreisen auswählen. Der Auswahlprozess wird verkürzt und einfacher, denn der interaktive Austausch unterstützt eine passgenaue Besetzung. Außerdem nutzen Jugendliche bei der Suche nach einem Praktikums- oder Ausbildungsplatz immer mehr den direkten Kontakt und

Austausch mit Unternehmen. Interaktive Anwendungen im Webauftritt kommen diesem Wunsch und auch den Gewohnheiten der Zielgruppe entgegen.

Suchmaschinenoptimierung – Sorgen Sie dafür, dass Sie im Netz gefunden werden!

Der Erfolg Ihres Online-Recruitings hängt in erheblichem Maße davon ab, ob Ihre Angebote überhaupt gefunden werden. Unsere Studie zeigt: Multiplikatoren und Unternehmen der Handelsbranche unterschätzen diesen wichtigen Faktor noch. Die meisten Jugendlichen suchen Informationen zur Ausbildung über Suchmaschinen und orientieren sich an den Ergebnislisten. Wer auf der ersten Seite also nicht erscheint, verspielt wertvolle Chancen. Hier ist kontinuierliche Suchmaschinenoptimierung gefragt. Im Netz finden sich zahlreiche Tools, mit denen Sie Ihr Ranking überprüfen und gezielt verbessern können.

2. Wünsche von Schülern und Auszubildenden an Online-Angebote zur Ausbildung

Was interessiert Jugendliche am Thema Ausbildung und Beruf? Welche Informationsquellen nutzen sie wann und wie? Was wünschen sie sich von Online-Angeboten zur Ausbildung? Antworten auf diese Fragen helfen Ihnen bei der zielgruppengerechten Ausrichtung Ihres eigenen Online-Recruitings. Wir haben für Sie bei der Zielgruppe nachgefragt und stellen Ihnen hier die zentralen Ergebnisse zur Verfügung. Eine ausführliche Darstellung der Online-Befragung und ihrer Ergebnisse finden Sie in der **Studie „Nachwuchsförderung und Personalgewinnung im Handel“**.

Schülerinnen und Schüler ...

- nutzen bei der Suche nach einer Ausbildungsstelle am häufigsten folgende Quellen:
 - Stellen- / Jobbörsen
 - Ausbildungsbörsen
 - Suchmaschinen
 - Freunde / Bekannte
 - Eltern / Geschwister
 - Bundesagentur für Arbeit, Industrie- und Handelskammer, Berufsbildungswerke
 - Anzeigen in der Tagespresse
 - Social Media wird nur wenig genutzt.
- nutzen bei der Suche nach einer Ausbildungsstelle Social Media-Angebote kaum.
- kennen folgende Internetseiten mit Informationen zum Thema Berufsorientierung und Ausbildung:
 - berufenet.arbeitsagentur.de
 - www.planet-beruf.de
 - www.ausbildung.net
 - www.azubi.net
- haben an das Online-Recruiting folgende Wünsche:
 - schnellere und umfassendere Suchergebnisse zum Thema Ausbildung allgemein und im Handel
 - bessere Suchmaschinenpräsenz der Anbieter von Informationen zur Ausbildung allgemein und im Handel
 - eine intensivere Vernetzung / Verlinkung von allgemeinen und branchenspezifischen Informationsangeboten im Internet

- wünschen sich auf den Internetseiten der Handelsverbände mehr Informationen über:
 - Karrierewege
 - Weiterbildung, z. B. Fördermöglichkeiten
 - Prüfungsvorbereitung / Tests
 - Gehaltsfragen / Versicherungsfragen
 - Erfahrungsberichte
 - Rechte und Pflichten eines/r Auszubildenden
- vermissen generell folgende Informationen zur Ausbildung im Handel:
 - Projekte zur Berufsausbildung
 - Kooperationen / Patenschaften Schule mit Unternehmen
 - Tag der Ausbildung
 - Informationsmaterial über die Arbeit in der Praxis
 - Lernpartnerschaften von Schule und Unternehmen

Auszubildende...

- haben bei der Suche nach einer Ausbildungsstelle folgende Quellen am häufigsten genutzt:
 - Stellen- / Jobbörsen
 - Ausbildungsbörsen
 - Suchmaschinen
 - Freunde / Bekannte
 - Eltern / Geschwister, Bundesagentur für Arbeit, Industrie- und Handelskammer, Berufsbildungswerke
 - Anzeigen in der Tagespresse
- nutzten Social Media-Angebote bei der Suche nach einer Ausbildungsstelle kaum.
- kennen folgende Internetseiten mit Informationen zum Thema Berufsorientierung und Ausbildung:
 - berufenet.arbeitsagentur.de
 - www.planet-beruf.de
 - www.ausbildung.net
 - www.azubi.net
- haben an das Online-Recruiting folgende Wünsche:
 - schnellere und umfassendere Suchergebnisse zum Thema Ausbildung allgemein und im Handel
 - bessere Suchmaschinenpräsenz der Anbieter von Informationen zur Ausbildung allgemein und im Handel
 - eine intensivere Vernetzung / Verlinkung von allgemeinen und branchenspezifischen Informationsangeboten im Internet

- wünschen sich auf den Internetseiten der Handelsverbände mehr Informationen über:
 - Karrierewege
 - Weiterbildung, z. B. Fördermöglichkeiten
 - Prüfungsvorbereitung / Tests
 - Gehaltsfragen / Versicherungsfragen
- sind mehrheitlich nicht über alternative Einstiegswege in den Beruf gekommen
- haben ihre Ausbildungsstelle über private Kontakte (z. B. Eltern, Bekannte, Freunde) und über die Bundesagentur für Arbeit oder Jobcenter bekommen. Wenige haben über das Internet ihre Ausbildungsstelle gefunden.
- wählten einen Handelsberuf aus den folgenden persönlichen Motiven heraus:
 - Spaß am Kontakt mit Menschen
 - gute Entwicklungs- und Karrierechancen
 - gute Beschäftigungs- / Übernahmeaussichten nach der Ausbildung, auch in anderen Branchen
- haben häufig vor der Ausbildung ein Praktikum (nicht unbedingt im Handel) gemacht, diesen Praktikumsplatz haben sie überwiegend durch private Kontakte gefunden
- finden folgende Bereiche im Hinblick auf die berufliche Karriere im Handel besonders interessant:
 - Vertrieb / Verkauf
 - Marketing
 - Verwaltung
- sind mit dem Ausbildungsverlauf im Handel sehr zufrieden bzw. zufrieden
- bewerten ihre Zukunftsaussichten im Handel positiv
- interessieren sich für ein anschließendes Studium im Handel, besonders für ein Duales Studium zum Handelswirt und für BWL (Schwerpunkt Handel)

Wenn Sie hautnah erfahren wollen, was Nachwuchskräfte am Thema Ausbildung und Beruf interessiert und wie sie sich im Internet informieren, erkundigen Sie sich bei Auszubildenden und (Schul-)Praktikanten in Ihrem Unternehmen oder – wenn eine Kooperation mit einer Schule besteht – befragen Sie die Schüler in Abschlussklassen. Gern können Sie dafür die von uns entwickelten Fragebögen für Auszubildende und Schüler als Vorlage nutzen. Diese finden Sie in der Studie „Nachwuchsförderung und Personalgewinnung im Handel“.

3. Quickcheck für Ihre Online-Angebote für Nachwuchskräfte

Wenn Sie bereits ein eigenes Angebot zum Ausbildungsmarketing auf Ihrer Webseite haben und auf die Schnelle eine erste Einschätzung über dessen zielgruppengerechte Ausrichtung brauchen, nutzen Sie diesen Quickcheck. Er bietet Ihnen die Möglichkeit, anhand zentraler Gestaltungskriterien einfach und schnell Stärken und Schwächen zu erkennen und Verbesserungspotenziale aufzudecken. Für eine (anschließende) genaue Überprüfung folgt in Abschnitt 4 eine ausführliche Checkliste.

Quickcheck Erstanalyse von Internetangeboten zum Nachwuchskräftemarketing			
Gestaltungskriterien	Ihre Einschätzung		Punktzahl bei „Ja“-Antwort
	Ja	Nein	
Zielgruppenansprache			
Sprechen Sie auf Ihrer Webseite die Zielgruppe Schüler, Abiturienten und Auszubildende direkt an?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2 Punkte
Sprechen Sie auf Ihrer Webseite auch an:			
■ Bewerber mit Berufserfahrung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1 Punkt
■ Studierende	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1 Punkt
■ Akademiker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1 Punkt
■ Bewerber ohne Berufserfahrung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1 Punkt
■ Bewerber ohne Schulabschluss	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1 Punkt
■ Lehrer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2 Punkte
■ Eltern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2 Punkte
Breite des Informationsangebots			
Bieten Sie auf Ihrer Webseite vielfältige Informationen zum Thema Ausbildung für die Zielgruppe an (Informationen über Handelsbranche, Berufsbilder im Handel, Ausbildung, Bewerbung, Karriere, Unterstützungsangebote für Auszubildende etc.)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3 Punkte
Zielgruppengerechte Ansprache			
Werden die Inhalte auf Ihrer Webseite zielgruppengerecht präsentiert (kurze, prägnante Informationen, übersichtliche Darstellung und Gliederung, Angebot von Printversionen, Downloads, weiterführende Informationen, Hinweise zu Kontaktstellen bzw. Anlaufstellen für Beratung)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2 Punkte
Grafische Gestaltung (Layout)			
Werden die Informationen auf Ihrer Webseite auch durch grafische Elemente vermittelt (Bilder, Grafiken, Animationen, Fotogalerien)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1 Punkt

Einsatz von Multimedia-/ Web 2.0-Tools			
Gibt es auf Ihrer Webseite für die Zielgruppe Multimedia-/ Web 2.0-Angebote (z. B. Podcasts, Kommentarfunktionen, Social Bookmarking, Wikis, virtuelle Anwendungen)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3 Punkte
Fun-Angebote /Spielerische Anwendungen			
Bieten Sie auf Ihrer Webseite „Fun“-Angebote bzw. spielerische Anwendungen (z. B. Spiele, Quiz, Chatroom etc.)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3 Punkte
Kommunikations- und Austauschmöglichkeiten			
Gibt es auf Ihrer Webseite Kommunikations- und Austauschmöglichkeiten (Blogs, Chats, Pinnwand, Foren, Meinungs- und Erfahrungsberichte)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2 Punkte

Suchmaschinentauglichkeit		
Wie suchmaschinentauglich ist Ihre Webseite? Erscheint diese bei Eingabe in Suchmaschinen in Kombination mit den thematischen Stichwörtern „Ausbildung“, „Beruf“, „Karriere“, auf der ersten Seite in der Ergebnisliste?	<input type="checkbox"/>	3 Punkte
Vernetzung mit anderen Experten / Partnern der Berufsausbildung und Internetpräsenz		
Verfügen Ihre Informationsangebote über Links zu Webseiten einschlägiger Experten der Berufsausbildung (Bundesagentur für Arbeit, Industrie- und Handelskammern, Branchenverbände, etc.)?	<input type="checkbox"/>	2 Punkte
Gibt es auf Ihrer Webseite eine Linksammlung von bekannten Informations- und Beratungsstellen der Berufsausbildung?	<input type="checkbox"/>	2 Punkte

Auswertung:

Zählen Sie bitte die Punkte für Ihre „JA“-Antworten zusammen. Die Summe zeigt Ihnen, in welcher Kategorie Sie sich mit Ihren Online-Angeboten befinden.

Kategorie „gut“ (32 bis 21 Punkte):

Herzlichen Glückwunsch! Sie präsentieren sich mit Ihren Online-Angeboten bereits sehr ansprechend als attraktiver Arbeitgeber für Nachwuchskräfte. Nur wenige Gestaltungsbereiche sind noch ausbaufähig – nämlich die, wo Sie ein „Nein“ angekreuzt haben.

Kategorie „ausbaufähig“ (20 bis 11 Punkte):

Ihre Online-Angebote sind bereits ansprechend für Nachwuchskräfte. Es bestehen jedoch noch einige Möglichkeiten, stärker auf die besonderen Interessen und Wünsche der Zielgruppe einzugehen und sich erfolgreich als attraktiver Arbeitgeber zu vermarkten. Schauen Sie sich die Punkte, bei denen Sie ein „Nein“ angekreuzt haben, doch einmal genauer an.

Kategorie „verbesserungswürdig“ (10 bis 0 Punkte):

Ihre Online-Angebote weisen bisher nur wenige Inhalte auf, die Nachwuchskräfte gezielt ansprechen. Nutzen Sie die Chance, Ihre Webseite zielgruppengerechter auszubauen und sich als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren. Abschnitt 1 dieses Leitfadens gibt Ihnen einen Überblick über mögliche Verbesserungen. Ein besonderer Blick gilt den Punkten, bei denen Sie ein „Nein“ angekreuzt haben.

4. Checkliste für Ihre Online-Angebote für Nachwuchskräfte

Sie wollen ein eigenes Online-Angebot für Nachwuchskräfte entwickeln? Sie haben bereits ein solches Angebot und wollen es verbessern? Dann kann Ihnen die folgende Checkliste ein hilfreicher Ratgeber sein. Sie enthält die wichtigsten Parameter und Standards für eine zielgruppengerechte Ansprache und Gestaltung Ihres Online-Recruitings.

Angaben zur Webseite			
Name der Webseite / URL-Adresse:			
Zielgruppe			
Welche Zielgruppe wird auf der Internetseite angesprochen? An wen richtet sich die Webseite?			
Schüler	<input type="checkbox"/>	Akademiker	<input type="checkbox"/>
Hauptschule	<input type="checkbox"/>	Auszubildende	<input type="checkbox"/>
Realschule	<input type="checkbox"/>	Bewerber ohne Schulabschluss	<input type="checkbox"/>
Gymnasium	<input type="checkbox"/>	Bewerber ohne Berufserfahrung (Quereinsteiger: ohne Berufserfahrung im Handel)	<input type="checkbox"/>
Abiturienten	<input type="checkbox"/>	Bewerber mit Berufserfahrung	<input type="checkbox"/>
Studierende	<input type="checkbox"/>	Eltern	<input type="checkbox"/>
		Lehrer	<input type="checkbox"/>
Sonstiges:			
Inhalte / Angebote der Webseite			
Die Webseite enthält ...			
Informationen zur Handelsbranche		Ja <input type="checkbox"/>	Nein <input type="checkbox"/>
allgemeine Informationen zur Handelsbranche/zum Handelsunternehmen	<input type="checkbox"/>	fokussiert auf Karriere im Handel	<input type="checkbox"/>
vertiefende Informationen über die Handelsbranche/das Handelsunternehmen (z.B. Darstellung des Profils, der Leistungen)	<input type="checkbox"/>	fokussiert auf Informationen rund um die Ausbildung und Karriere im Handel	<input type="checkbox"/>
fokussiert auf Informationen rund um die Ausbildung	<input type="checkbox"/>	Sonstiges:	<input type="checkbox"/>
Informationen über Berufsbilder im Handel		Ja <input type="checkbox"/>	Nein <input type="checkbox"/>
Kaufmann/-frau im Einzelhandel	<input type="checkbox"/>	Fachlagerist/-in	<input type="checkbox"/>
Kaufmann/-frau im Groß- und Außenhandel	<input type="checkbox"/>	Automobilkaufmann/-kauffrau	<input type="checkbox"/>

Verkäufer/-in	<input type="checkbox"/>	Buchhändler/-in	<input type="checkbox"/>
Drogist/-in	<input type="checkbox"/>	Gestalter/in für visuelles Marketing	<input type="checkbox"/>
Florist/-in	<input type="checkbox"/>	Informatikkaufmann/-frau	<input type="checkbox"/>
Fachkraft für Lagerlogistik	<input type="checkbox"/>	IT Berufe (IT-Systemelektroniker/-in, IT-Kaufmann/-frau, Kaufmann/-frau für audiovisuelle Medien)	<input type="checkbox"/>
Berufskraftfahrer/-in	<input type="checkbox"/>	Sonstiges:	
Informationen rund ums Thema Bewerbung		Ja <input type="checkbox"/>	Nein <input type="checkbox"/>
Bewerbungshilfen/Tipps zur Bewerbung		Ja <input type="checkbox"/>	Nein <input type="checkbox"/>
Initiativbewerbung	<input type="checkbox"/>	FAQ	<input type="checkbox"/>
Onlinebewerbung	<input type="checkbox"/>	Informationen zum Bewerbungsverfahren	<input type="checkbox"/>
Bewerbung auf ausgeschriebene Stellen	<input type="checkbox"/>	Sonstiges:	<input type="checkbox"/>
Informationen zur Karriereunterstützung im Handel		Ja <input type="checkbox"/>	Nein <input type="checkbox"/>
Aufstiegs-/Karrierewege	<input type="checkbox"/>	Teilnahme an Wettbewerben	<input type="checkbox"/>
Fort-/Weiterbildungsangebote	<input type="checkbox"/>	Kooperationsprojekte mit Hochschulen	<input type="checkbox"/>
Duales Studium	<input type="checkbox"/>	Mentoring-/Coachingangebote für Nachwuchskräfte	<input type="checkbox"/>
Traineeprogramme	<input type="checkbox"/>	Auslandstätigkeit/-aufenthalte	<input type="checkbox"/>
Sonstiges:			
Informationen über Ausbildungsprogramme		Ja <input type="checkbox"/>	Nein <input type="checkbox"/>
Die Berufsausbildung ergänzende Angebote	<input type="checkbox"/>	Berufsvorbereitende Maßnahmen	<input type="checkbox"/>
Zusatzseminare in Unternehmen	<input type="checkbox"/>	Kombination Ausbildung und geregelte Fortbildung im Betrieb	<input type="checkbox"/>
Zusätzliche Angebote/Instrumente zur Gewinnung von Auszubildenden		Ja <input type="checkbox"/>	Nein <input type="checkbox"/>
Ausbildungsmessen	<input type="checkbox"/>	Eignungstest	<input type="checkbox"/>
Stellenbörse (Ausbildungsplätze)	<input type="checkbox"/>	Self-Assessment Angebote	<input type="checkbox"/>
allgemeine Veranstaltungen zur Berufsorientierung/Fachkräftegewinnung (Tag der Ausbildung, Tag der offenen Tür, Betriebserkundungstage, u. a.)	<input type="checkbox"/>	Hochschul- oder Schulpartnerschaften	<input type="checkbox"/>

(Schüler)Praktika	<input type="checkbox"/>	Mentoring-Angebote für Auszubildende	<input type="checkbox"/>
Jobangebote (z.B. Ferienjobs)	<input type="checkbox"/>	Stellenangebote	<input type="checkbox"/>
Sonstiges:			
Vernetzung / Verlinkung			
Sind Sie mit den Inhalten anderer Webseiten bzw. mit anderen Webseiten vernetzt?		Ja <input type="checkbox"/>	Nein <input type="checkbox"/>
Adressen der Webseiten			
1.			
2.			
3.			
4.			
Gibt es eine Linksammlung auf der Webseite?		Ja <input type="checkbox"/>	Nein <input type="checkbox"/>
Linkliste			
1.			
2.			
3.			
Was kann auf der Webseite heruntergeladen werden?			
1.			
2.			
3.			
Zielgruppenansprache und Nutzerfreundlichkeit (Usability)			
Informationstiefe / Sprachgebrauch und -stil			
Die Informationen sind kurz und prägnant, konzentrieren sich auf das Wesentliche und sind gut verständlich.	<input type="checkbox"/>	Lange Berichte werden vermieden und über Printversionen und Downloads angeboten.	<input type="checkbox"/>
Der Text ist in kurze Absätze (max. 6 Zeilen) untergliedert und übersichtlich.	<input type="checkbox"/>	Für ausführliche/vertiefende Informationen werden Hinweise zu Kontaktstellen/Anlaufstellen für Information und Beratung genannt.	<input type="checkbox"/>
Überschriften im Text erlauben einen raschen Überblick über wichtige Informationen und Aussagen und erklären verkürzt, worum es im Text geht.			<input type="checkbox"/>

Graphische Darstellung (Layout)			
Die textliche Information wird durch Bilder und Graphiken ergänzt.	<input type="checkbox"/>	Bilder und Grafiken sind z. T. animiert.	<input type="checkbox"/>
Bilder und Grafiken haben eine gute Platzierung im Text und genügend Raum.	<input type="checkbox"/>	Die Webseite enthält eine Rubrik mit Bildern/Fotos (Fotogalerie oder Fotoalbum)	<input type="checkbox"/>
Die Auflösung der Bilder und Grafiken ist von guter Qualität.			<input type="checkbox"/>
Struktur: Ist die Webseite übersichtlich und klar gegliedert?			
			Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/>
Die Webseite ist übersichtlich gestaltet und die gewünschte Information ist schnell zu finden.	<input type="checkbox"/>	Der Informationsfluss auf der Webseite geht von oben nach unten und von links nach rechts.	<input type="checkbox"/>
Die Webseite hat einen klaren Seitenaufbau, sowohl auf der Startseite als auch auf den Unterseiten.			<input type="checkbox"/>
Einsatz von Multimedia- und Web 2.0-Tools			
Audio-Dateien (Podcasts)	<input type="checkbox"/>	Social Bookmarking	<input type="checkbox"/>
Video-Podcasts	<input type="checkbox"/>	Wikis	<input type="checkbox"/>
Kommentarfunktionen	<input type="checkbox"/>	Sonstiges:	
Fun-Angebote (Spaß und Unterhaltung)			
Spiele	<input type="checkbox"/>	Chatroom	<input type="checkbox"/>
Quiz	<input type="checkbox"/>	Sonstiges:	

5. Beispiele guter Praxis

In der folgenden Liste haben wir Ihnen Beispiele guter Online-Angebote von Handelsunternehmen und Multiplikatoren im Ausbildungsbereich zusammengestellt. Lassen auch Sie sich inspirieren und sehen Sie, zu welchen Ergebnissen unsere Empfehlungen führen können.

Handelsunternehmen (Auswahl)

Link	Anbieter
www.ikea.de	IKEA Deutschland
www.ausbildung.ikea.de	IKEA Deutschland
www.kik-textilien.de	KiK Textilien und Non-Food GmbH
www.ottogroup.com	Otto GmbH & Co KG
www.real.de	real SB Warenhaus GmbH
www.rewelution.de	REWE-Zentral-AG (REWE Group Jugendclub)
www.rewe.de	REWE Markt GmbH

Multiplikatoren

Link	Anbieter
www.abi.de	Bundesagentur für Arbeit (BA)
www.ausbildungplus.de	Bundesinstitut für Berufsbildung (BiBB)
www.beroobi.de	Schulen ans Netz e. V.
www.heldendeshandels.de	Handelsverband Baden-Württemberg e. V.
www.ihk.de (Blog) / www.1st-job.net	IHK Region Stuttgart
www.lebensmittelpraxis.de / www.jane4u.de	LPV Media GmbH
www.ausbildung.info	ver.di Jugend
www.azubiyo.de	Azubiyo GmbH München
www.baustoffwissen.de	Portal für Aus- und Weiterbildung in Baustoffhandel und -industrie, Verlagshaus Wohlfarth Stiftung für Berufsbildung e. V. Duisburg



 www.rkw-kompetenzzentrum.de

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages