

4. September 2017

## Presseinformation

*Ausbildung / Bildung / Fachkräftemangel / Ausbildungsinitiative*

# Gemeinsam gegen die Ausbildungskrise

**Ausbildung.de und SPIESSER bilden Deutschlands größtes Netzwerk für Schülerkommunikation und starten heute Initiative #startklar zur besseren Berufsvorbereitung von Schülern in Deutschland**

- Noch 137.760 Lehrstellen in Deutschland unbesetzt\*
- Gleichzeitig 97.855 unversorgte Bewerber für Berufsausbildungsstellen\*
- neue Lösungsansätze notwendig
- Ausbildung.de und SPIESSER erreichen zusammen mehr als vier Millionen Schüler
- Gemeinsame Aktionen zur Berufsorientierung in der unmittelbaren Lebenswelt der Schüler

Bochum/Dresden – Die reichweitenstärkste Plattform rund um das Thema Ausbildung und Duales Studium, Ausbildung.de, und der SPIESSER, eines von Deutschlands auflagenstärksten Jugendmedien, bilden zusammen Deutschlands größtes Netzwerk für Online- und Offline-Schülerkommunikation. Ihre mehr als vier Millionen Kontakte wollen sie ab sofort nutzen, um mit der gemeinsamen Initiative #startklar das Problem unbesetzter Lehrstellen gemeinsam zu bekämpfen. Mit einem schon diese Woche beginnenden Maßnahmenpaket wollen sie deutschlandweit den Dialog zwischen Wirtschaft und Schülern intensivieren, zeitgemäße Bewerbungswege in die Schulen bringen und Schüler an Fragen der Berufsorientierung heranführen.

### ***Sensibilisierung von über 40.000 Lehrern mit Studie und Unterrichtsmaterial***

Auftakt der Kooperation ist die Sensibilisierung von über 40.000 Lehrern für das Thema Ausbildung und Berufsvorbereitung ab heute, 4. September. An ca. 4.000 Schulen werden ab sofort speziell für Pädagogen aufbereitete Ergebnisse der am 31. Mai von Ausbildung.de veröffentlichten Studie azubi.report 2017 verteilt, damit Schüler besser auf den Einstieg in den Arbeitsmarkt vorbereitet werden können. Die zentrale Erkenntnis der Erhebung: Während Unternehmen heute in großer Mehrzahl auf digitales Azubi-Recruiting per Mail oder sogar Video setzen, werden Schüler im Unterricht noch vorwiegend in traditionellen, analogen Bewerbungsformen geschult. Ausbildung.de und der SPIESSER wollen dem durch Handlungsempfehlungen für Lehrer entgegenwirken und in einem zweiten Schritt noch im Herbst mit entsprechendem Lehrmaterial Unterstützung anbieten.

### ***Gemeinsame Informationsreihe für Schüler in Sozialen Medien***

Auf Youtube und Snapchat wird es ab Spätherbst begleitend eine gemeinsame Informationsreihe für Schüler geben, die sie für die Wichtigkeit der Ausbildung sensibilisiert und wertvolle Tipps gibt.

### ***Direkter Kontakt zur Zielgruppe über Ausbildung.de und den SPIESSER sowie in gemeinsamen Mediencamps***

Mit ihren gemeinsam ca. vier Millionen Kontakten erreichen die beiden Partner die Schüler online und offline. Im Rahmen der Kooperation wird es neben interaktivem Unterrichtsmaterial Anfang 2018

zusätzlich auch gemeinsame Mediacamps geben, in denen Schülerteams eigene mediale Projektarbeiten rund um die Berufsorientierung übernehmen. Im direkten Kontakt zur Zielgruppe sieht **Björn Peters, Geschäftsführer des SPIESSER**, die Stärke der Kooperation: *„Der SPIESSER steht schon immer für Inhalte von Schülern für Schüler. In unseren Mediacamps machen wir Jugendliche fit für journalistisches Arbeiten, mit Ausbildung.de jetzt verstärkt auf digitalen Kanälen. Außerdem diskutieren wir bei diesen zweiwöchigen Camps all das, was unsere Zielgruppe bewegt. Dadurch kennen wir ihre Bedürfnisse und geben ihrer Meinung und ihrer Erfahrung Raum – authentischer kann man nicht kommunizieren.“*

**Felix von Zittwitz**, als **Director Talent Platforms** bei **TERRITORY EMBRACE** verantwortlich für Ausbildung.de, zu der Kooperation: *„Uns verbindet ein gemeinsames Ziel: Ausbildung als äquivalente Option in der Zukunftsplanung der Jugendlichen zu integrieren und sie dafür zu begeistern. Schulen sind leider in Sachen Berufsvorbereitung von Schülern noch viel zu häufig im 20. Jahrhundert stehen geblieben. Als DAS Online-Ausbildungsportal in Deutschland freuen wir uns daher, mit SPIESSER als einer der reichweitenstärksten Offline-Medienmarken in diesem Segment zu kooperieren, die über ein Netzwerk von mehreren tausend weiterführenden Schulen verfügt. Es gibt keinen besseren Partner, um bei Schülern die Themen Ausbildung und Berufsorientierung zu positionieren.“* Auch für die Kunden von Ausbildung.de bietet die Kooperation mit dem SPIESSER Vorteile. Von Zittwitz: *„Künftig erreichen wir Schüler ganzheitlicher als bisher, und wir können unsere Kunden noch besser in den Dialog mit der Zielgruppe einbinden.“*

**Gero Hesse, Geschäftsführer** von **TERRITORY EMBRACE**, ist überzeugt, dass ganzheitliche Kommunikation der einzige Weg im Schülermarketing ist: *„Der Kern unserer Arbeit ist der direkte, ehrliche und intensive Austausch mit Jugendlichen. Meine Kollegen bei Ausbildung.de und alle bei SPIESSER leben diesen direkten Kontakt. Noch dazu vereinen beide Marken die größte relevante Reichweite in dieser Zielgruppe, verbunden mit einem echten Anliegen – nämlich zeitgemäßer Berufsvorbereitung. Wer den Dialog mit Schülern ernst meint, der kommt an uns nicht vorbei. Das Ziel aller muss sein, mehr Jugendliche in die passenden Ausbildungsberufe zu bringen, um in Zeiten des Fachkräftemangels allerorten den wirtschaftlichen Erfolg Deutschlands nicht zu gefährden.“*

### **Über Ausbildung.de**

Das Portal der TERRITORY EMBRACE GmbH richtet sich an angehende Auszubildende, mit dem Ziel, sie bei der Suche nach dem passenden Ausbildungsplatz zu unterstützen. Rund 2,5 Millionen monatliche Besucher verzeichnet das Portal und ist damit das reichweitenstärkste Ausbildungsportal in Deutschland. Schüler lernen hier die unterschiedlichsten Berufe und Unternehmen kennen, erhalten einen Überblick über ausgeschriebene Stellen und bekommen hilfreiche Tipps rund um die Ausbildung.

### **Über SPIESSER**

Mit einer Auflage von 400.000 Exemplaren wird der SPIESSER bundesweit und kostenfrei an Schulen, Hochschulen und anderen Bildungseinrichtungen durch ein eigens aufgebautes Kuriernetzwerk verteilt. Damit gehört er zu Deutschlands auflagenstärksten Jugendmedien. Der SPIESSER erscheint sechsmal im Jahr unter dem Motto: Jugendliche schreiben für Jugendliche. Mit einem Netzwerk von über 600 Autoren, Fotografen und Videojournalisten greift jede Ausgabe des Magazins Themen auf, die junge Leute interessieren und bewegen.

\* Statistik Ausbildungsstellenmarkt der Bundesagentur für Arbeit, Deutschland, August 2017, Berichtsjahr 2016/2017

**TERRITORY EMBRACE / [ausbildung.de](http://ausbildung.de)**

Katja Mayer, [presse@territory.de](mailto:presse@territory.de), Tel. 05241 23480-571

[www.facebook.com/territoryembrace](https://www.facebook.com/territoryembrace)

[www.embrace.territory.de](http://www.embrace.territory.de)

[www.ausbildung.de](http://www.ausbildung.de)

**ORANGE YC GmbH / SPIESSER**

Björn Peters, [bjoern.peters@orange-yc.de](mailto:bjoern.peters@orange-yc.de), 0351 315 40 551 (8-17.00 Uhr)

[www.orange-yc.de](http://www.orange-yc.de)

[www.spiesser.de](http://www.spiesser.de)

**blaurock markenkommunikation**

Tobias Blaurock, Hechtstraße 30, 01097 Dresden, Tel. +49 351 210 98 71, Funk +49 172 7930127,

Fax +49 351 2078 15 33, [blaurock@team-blaurock.de](mailto:blaurock@team-blaurock.de), [www.blaurock-markenkommunikation.de](http://www.blaurock-markenkommunikation.de)