



IHK NRW - Die Industrie- und Handelskammern  
in Nordrhein-Westfalen

LANDTAG  
NORDRHEIN-WESTFALEN  
18. WAHLPERIODE

**STELLUNGNAHME  
18/836**

A01

# STELLUNGNAHME

Ihr(e) Ansprechpartner(in)  
Wolfgang Trefzger  
E-Mail  
wolfgang.trefzger@ihk-nrw.de

Telefon  
0211 36702 - 62

Datum  
20.09.2023

## **zur öffentlichen Anhörung des Ausschusses für Arbeit, Gesundheit und Soziales am 27. September 2023**

### **Landesweite Werbekampagne für Ausbildungsberufe starten - Zielgruppenorientierung verbessern! Antrag der Fraktion der FDP, Drucksache 18/4135**

Die betriebliche Ausbildung ist ein integraler Bestandteil des deutschen Bildungssystems und zeichnet sich durch die enge Verknüpfung von theoretischem Wissen und praktischer Anwendung aus. Sie ermöglicht den Auszubildenden nicht nur einen reibungslosen Übergang in die Arbeitswelt, sondern trägt auch zur Sicherung des Fachkräftebedarfs bei. Dieses bewährte System hat international Anerkennung gefunden und dient oft als Vorbild für andere Länder.

Eine der großen Herausforderungen für die Wirtschaft in Nordrhein-Westfalen ist die Sicherung des Fachkräftebedarfs. Schon heute fehlen laut IHK-Fachkräftemonitor 350.000 Fachkräfte – der überwiegende Teil davon im Bereich der beruflichen Qualifizierten. Dies ist alarmierend, da der Fachkräftemangel schwerpunktmäßig auf demografischen Faktoren beruht und in den kommenden Jahren viele Fachkräfte aus der Babyboomer-Generation in den Ruhestand treten werden. Zudem hat das veränderte Schulwahlverhalten dazu geführt, dass immer mehr Schülerinnen und Schüler ein Studium als die einzige Option für ihre berufliche Zukunft betrachten. Es ist daher von entscheidender Bedeutung, Jugendlichen frühzeitig die vielfältigen Karrieremöglichkeiten, die berufliche Ausbildungen bieten, aufzuzeigen und sie für diesen Bildungsweg zu begeistern.

IHK NRW dankt für die Möglichkeit, eine Stellungnahme zum Vorschlag der FDP-Fraktion zur Initiierung einer landesweiten Werbekampagne für Ausbildungsberufe abzugeben. Konkret schlägt die FDP-Fraktion vor, die Fachkräfteoffensive NRW durch eine gezielte landesweite Kampagne mit einem Schwerpunkt in den sozialen Medien zu flankieren. Aktivitäten zur besseren Bewerbung der beruflichen Bildung sind grundsätzlich zu befürworten. Unsere Erfahrung zeigt, dass erfolgreiche Kampagnen am besten aus den jeweiligen Wirtschaftsbereichen heraus entwickelt werden sollten, da sie authentisch und zielgruppenadäquat sind. Beispiele dafür sind die im März 2023 gestartete bundesweite Azubi-Kampagne der Industrie- und Handelskammern unter



dem Hashtag **#könnenlernen – Ausbildung macht mehr aus uns**<sup>1</sup>, beziehungsweise die Kampagne des Handwerks „Die Wirtschaftsmacht von nebenan“<sup>2</sup>. Ergänzt werden diese Kampagnen durch zielgruppenspezifische Konzepte (Bsp. „Ausbildung macht Elternstolz“<sup>3</sup>) und mit der Region verbundene Ansätze (Bsp. „Karriere-Hier“<sup>4</sup> und „Ausbildung Klarmachen“<sup>5</sup>). Im Folgenden ein kurzer Überblick über die IHK-Ausbildungskampagne.

### **#könnenlernen – Ausbildung macht mehr aus uns!**

Die erste bundesweite IHK-Ausbildungskampagne unter dem Hashtag #könnenlernen zielt darauf ab, junge Menschen für die duale Ausbildung zu begeistern und das Image dieses Bildungswegs zu stärken. Sie findet hauptsächlich dort statt, wo viele Jugendliche zuhause sind: in den sozialen Medien. Die Kampagne wird von echten Azubis unterstützt, die in den sozialen Medien über ihre Erfahrungen berichten und Tipps für den Berufseinstieg teilen. Mit Aussagen wie „Was wir mal werden wollen: stolz auf uns.“, „An Aufgaben wachsen. Egal, wo man aufgewachsen ist.“ oder „Diese Jugend von heute. Ganz schön ausgebildet.“ wollen die Industrie- und Handelskammern junge Leute für die duale Berufsausbildung begeistern. Die Botschaft der Kampagne ist klar: Ausbildung bietet vielfältige Karrierechancen und fördert die persönliche Entwicklung.

Die Social-Media-Kanäle dienen als zentrale Anlaufstelle für die Generation Z, die sich Gedanken über ihre Zukunft macht. Auf dem @die.azubis-TIKTOK Kanal starten ab dem 26.09.2023 spannende Aktionen, darunter das Serienformat „Die Berufsschulklasse“ mit Einblicken in den Berufsschulalltag der Auszubildenden und das „Azubi-Home-Assets“. Videos wie „Ausbilder-Deutsch, Deutsch-Ausbilder“ oder „Berufsschulfächer, die keiner kennt“ zeigen den Azubi-Alltag mit einer großen Portion Humor und führen die bisherigen Social-Media-Kommunikationen fort. Seit Kampagnenstart im März dieses Jahres berichten die Azubis über ihre Erlebnisse in der Ausbildung, zu Tipps und Tricks beim Berufseinstieg, aber auch aus ihrem Leben nach dem Feierabend. So lädt die Kampagne die Fachkräfte von morgen dazu ein, in das „Lebensgefühl Ausbildung“ einzutauchen. Und das sehr erfolgreich: Bisher wurden die Clips bereits über 18 Mio. mal geklickt, über 28.000 Nutzer:innen folgen den Erlebnissen der Azubis.

Die Kampagne ist auf Mitmachen angelegt und involviert auch Betriebe mit einem Werbemittelpaket, Aktionen und Challenges. Zusätzlich wird sie durch Außenwerbung flankiert: Ab dem 22. September werden Großplakate zu **#könnenlernen – Ausbildung macht mehr aus uns!** an prominenten Stellen aufgestellt. Das Ziel: im ganzen Land ein neues Bewusstsein für das Thema Ausbildung zu schaffen und so dabei zu helfen, Betriebe und junge Menschen zusammenzubringen.

<sup>1</sup> <https://www.ausbildung-macht-mehr-aus-uns.de/>

<sup>2</sup> <https://www.handwerk.de/>

<sup>3</sup> <https://www.bihk.de/themen/berufliche-bildung/ausbildung-macht-elternstolz-20.html>

<sup>4</sup> <https://www.karriere-hier.de/>

<sup>5</sup> <https://www.ihk.de/duesseldorf/ausbildungklarmachen>

Unsere Erfahrungen zeigen bereits, dass die gezielte Ansprache von Jugendlichen über die Möglichkeiten einer Ausbildung und deren Begeisterung hierfür über soziale Netzwerke von zentraler Bedeutung ist. Warum?

- **Zielgruppenorientierte Ansprache:** Soziale Netzwerke ermöglichen eine präzise Zielgruppenansprache. Durch gezielte Anzeigen und Inhalte können wir junge Menschen in NRW direkt ansprechen und auf die Vorteile von Ausbildungsberufen hinweisen.
- **Reichweite und Sichtbarkeit:** Plattformen wie YouTube, Instagram und TikTok verzeichnen eine hohe Nutzerzahl, insbesondere unter Jugendlichen. Eine Kampagne auf diesen Plattformen erreicht eine breite Zielgruppe und erhöht die Sichtbarkeit der Botschaft.
- **Einbindung von Influencer/ Ausbildungsbotschafter:innen:** Sie sind für Jugendliche glaubwürdige Quellen und haben Einfluss auf deren Meinungsbildung. Die Ausbildungsbotschafter können authentisch über ihre Ausbildungsberufe berichten und Karrieremöglichkeiten aufzeigen.
- **Aktualität und Interaktion:** In den sozialen Medien können aktuelle Trends und Themen aufgegriffen werden, die junge Menschen ansprechen. Interaktive Elemente wie Umfragen, Live-Chats und Challenges fördern die Beteiligung und den Dialog.
- **Trends und Themen:** Soziale Netzwerke sind dynamisch und ermöglichen es, aktuelle Trends und Themen aufzugreifen. Dies erleichtert es, die Ausbildungsinhalte zeitgemäß und ansprechend zu präsentieren.
- **Visuelle Darstellung:** Die visuelle Darstellung von Informationen, Geschichten und Erfahrungen in Form von Bildern und Videos ist in sozialen Netzwerken besonders effektiv. Sie können komplexe Informationen anschaulich und ansprechend vermitteln.

## Landesweite Werbekampagne für Ausbildungsberufe

Der Vorschlag der FDP-Fraktion zur Initiierung einer landesweiten Werbekampagne für Ausbildungsberufe ist begrüßenswert, sie wird es jedoch kaum leisten können, auf die Vielfalt der über dreihundert Berufe einzugehen. Umso wichtiger wäre es daher, eine Kampagne allgemein zur Steigerung der Wertschätzung beruflicher Ausbildung zu initiieren, die nicht auf die bereits abgedeckten Branchen und Gewerke abzielt, sondern die allgemeine Bedeutung und Attraktivität der dualen Ausbildung betont. Infolgedessen sollte eine landesweite Ausbildungskampagne die bestehenden Initiativen ergänzen und dazu beitragen, die allgemeine Wertschätzung beruflicher Ausbildung zu steigern. Eine enge Zusammenarbeit mit den individuellen Ausbildungskampagnen der Wirtschaftsorganisationen sollte angestrebt werden, um Synergien zu schaffen. Die Koordination zwischen verschiedenen Partnern ist dabei entscheidend, um sicherzustellen, dass die Botschaften konsistent und klar vermittelt werden, denn ein mehr an Informationen schafft nicht immer ein mehr an Transparenz. Daher bietet es sich an, die erfolgreichen Aktivitäten der dualen Partner in den Regionen zu unterstützen.

## Landesweite Werbekampagne zur Stärkung der beruflichen Bildung

Wie könnte eine landesweite Kampagne zur Stärkung der beruflichen Bildung aussehen? Eine wirkungsvolle landesweite Werbekampagne zur Stärkung der beruflichen Bildung sollte eine breite Zielgruppe ansprechen, darunter Schülerinnen und Schüler, Eltern und Lehrkräfte. Hierbei ist es von zentraler Bedeutung, eine einheitliche Botschaft und einen leicht merkbaren Slogan zu entwickeln, um die Wertigkeit der betrieblichen Ausbildung hervorzuheben.

Um unterschiedliche Zielgruppen effektiv zu erreichen, sollte die Kampagne gezielt auf verschiedene Kommunikationskanäle setzen:

- **Jugendliche** nutzen, wie dargestellt, Plattformen wie TikTok, Instagram, YouTube und Snapchat. Hier sollte auf die bestehenden Kampagnen und Social-Media-Aktivitäten der Wirtschaftsorganisationen zurückgegriffen werden, um die Attraktivität der beruflichen Ausbildung zu vermitteln.
- **Eltern** sollten über eine benutzerfreundliche Website und klassische Medien angesprochen werden. Ebenso könnten sogenannte „Senior-Ausbildungsbotschafter:innen“ eine wertvolle Ergänzung sein. Diese Personen, die ihren beruflichen Erfolg durch eine duale Ausbildung erreicht haben, könnten auf Elternabenden in Schulen authentische Einblicke in ihren eigenen Berufsweg geben und die Vorteile der betrieblichen Ausbildung aus erster Hand vermitteln.
- **Lehrkräfte** sollten durch Schulungen und Ressourcen unterstützt werden, um Schülerinnen und Schüler besser über die betriebliche Ausbildung zu informieren. Durch Betriebsbesuche und Praktika könnten Lehrer tiefere Einblicke in die betriebliche Ausbildung gewinnen.

Ein zentraler Bestandteil der Kampagne sollte die Nutzung von Imagefilmen<sup>6</sup> sein, um die Attraktivität der betrieblichen Ausbildung visuell darzustellen. Erfolgsgeschichten von Auszubildenden können die Zuschauer emotional ansprechen und motivieren. Eine inspirierende Podcast-Reihe wäre ein wichtiger Schritt, um die Bedeutung der beruflichen Ausbildung zu verdeutlichen. In dieser Reihe könnten verschiedene Experten und Akteure ihre Gedanken teilen.

Öffentlichkeitsarbeit und gezielte Veranstaltungen, darunter Karrieremessen und Berufsorientierungstage, sollten genutzt werden, um die Botschaft der Kampagne zu verbreiten. Erfahrungsberichte von aktuellen Auszubildenden und erfolgreichen Absolventen können die Realität und Attraktivität der betrieblichen Ausbildung vermitteln.

---

<sup>6</sup> Hinweis: Die IBP IHK-Beratungs- und Projektgesellschaft mbH, Tochtergesellschaft von IHK NRW, war vom 01.01.2015 bis 31.12.2018 für die Leitung des Projektes „Ausbildungsbotschafter“ verantwortlich. Im Rahmen des Projektes wurde ein Imagefilm gedreht, den unter folgendem Link angesehen werden kann: <https://www.ihk.de/duesseldorf/fallback1434608546488/ausbildungsbotschafter-3950296>



IHK NRW – Die Industrie- und Handelskammern  
in Nordrhein-Westfalen

Insgesamt ist die Stärkung der beruflichen Ausbildung und die Sensibilisierung für die Vielfalt der Ausbildungsmöglichkeiten von großer Bedeutung, um den Fachkräftemangel in Nordrhein-Westfalen zu bewältigen und den jungen Menschen erfolgreiche Karrierewege aufzuzeigen. Die Industrie- und Handelskammer Nordrhein-Westfalen ist gerne bereit, an solchen Bemühungen aktiv mitzuwirken und ihre Expertise einzubringen, um die Zukunft unserer Wirtschaft und unserer Jugend zu sichern.

*IHK NRW ist der Zusammenschluss der 16 Industrie- und Handelskammern in Nordrhein-Westfalen. IHK NRW vertritt die Gesamtheit der IHKs in NRW gegenüber der Landesregierung, dem Landtag sowie den für die Kammerarbeit wichtigen Behörden und Organisationen.*