

think

Übersicht verschiedener
Kampagnenmotive.




**WAS WIR
MAL
WERDEN
WOLLEN:
STOLZ
AUF UNS.**

**JETZT
#KÖNNENLERNEN**



Ausbildung
macht mehr
aus uns




**38.000
CHEF:INNEN
WARTEN AUF
IHRE NACH-
FOLGER:INNEN.**

**JETZT
#KÖNNENLERNEN**



Ausbildung
macht mehr
aus uns




**WIR MACHEN
LIFEHACKS
ZUM BERUF.**

**JETZT
#KÖNNENLERNEN**

Ausbildung
macht mehr
aus uns



**WIR HALTEN
MASCHINEN AM
LAUFEN.
KEINE REFERATE.**

**JETZT
#KÖNNENLERNEN**

Ausbildung
macht mehr
aus uns




**WIRT-
SCHAFT
FÄNGT
MIT
WIR AN.**

**JETZT
#KÖNNENLERNEN**



Ausbildung
macht mehr
aus uns




**JETZT
#KÖNNENLERNEN**

Ausbildung
macht mehr
aus uns




**UNS RUFT
PAPA AN,
WENN ER
ETWAS
REPARIEREN
MUSS.**

**JETZT
#KÖNNENLERNEN**

Ausbildung
macht mehr
aus uns





**EINEN
FORTSCHRITT
NACH DEM
ANDEREN
MACHEN.**

**JETZT
#KÖNNENLERNEN**

Ausbildung
macht mehr
aus uns



**ALLES DARF
MAN SELBER
MACHEN.
ZUM GLÜCK!**

**JETZT
#KÖNNENLERNEN**

Ausbildung
macht mehr
aus uns

Traditionell befragen die IHKs der neuen Bundesländer nach dem ersten Ausbildungshalbjahr die Auszubildenden des 1. Ausbildungsjahres.

Schwerpunkte:

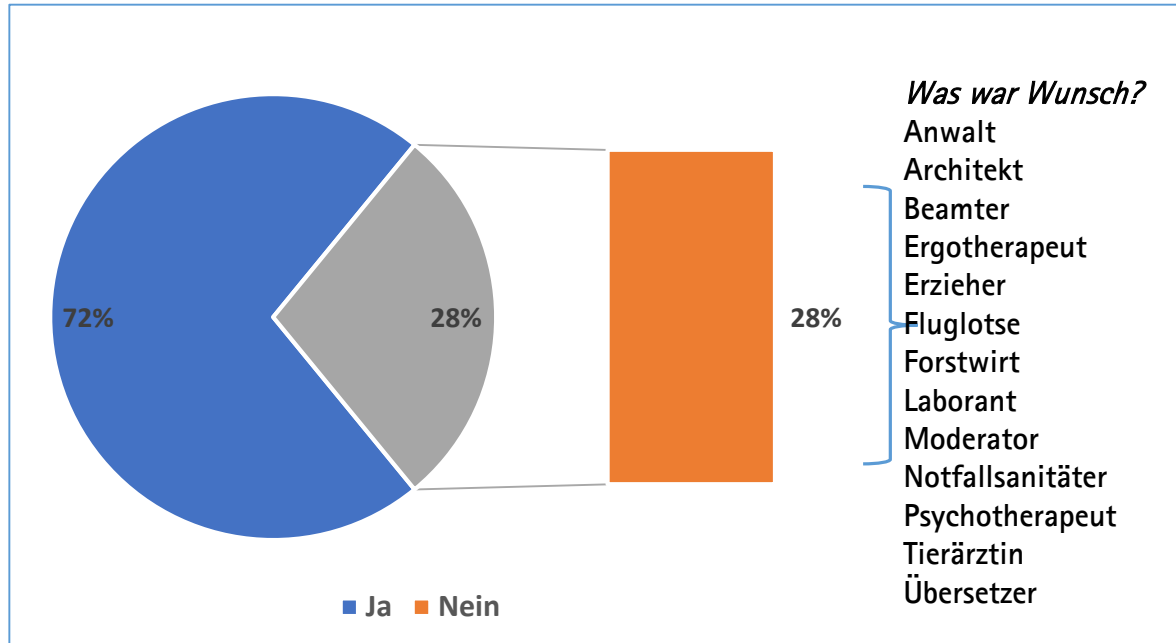
- Geschehen vor der Ausbildung
- Erste Ausbildungserfahrungen
- Generelle Zufriedenheit mit der Berufsausbildung



Die Umfrage wurde von allen IHKs der neuen Bundesländer durchgeführt. Es antworteten insgesamt 4.139 Azubis.

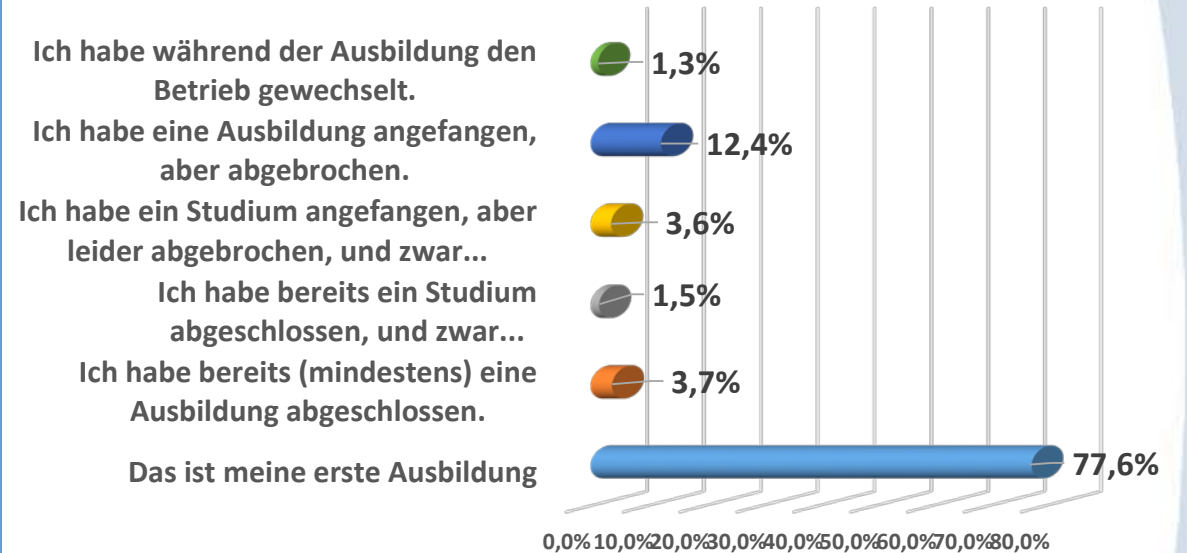
Aus MV beteiligten sich 615 (15%) von 4.216 Auszubildenden des 1. Ausbildungsjahres an der Befragung. Steigerung zum Vorjahr – jeder 6. Azubi antwortete!

Ist das Ihr Wunschberuf?



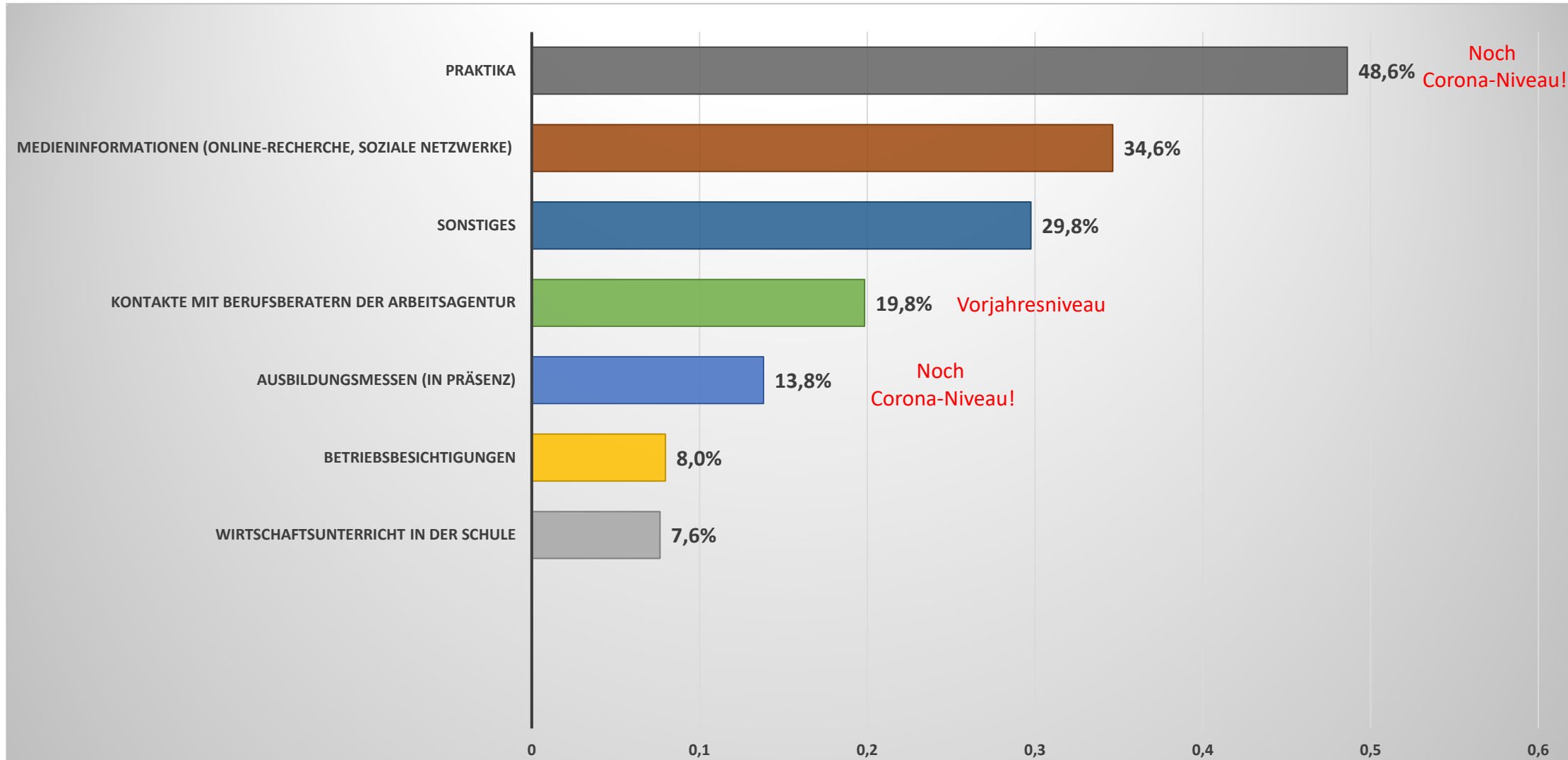
Zu den Vorjahren nahezu gleiches Ergebnis. Berufswünsche aber realistischer. Im Durchschnitt der neuen Bundesländer waren dies 76%.

Ist das Ihre erste Ausbildung? (Mehrfachnennungen möglich)

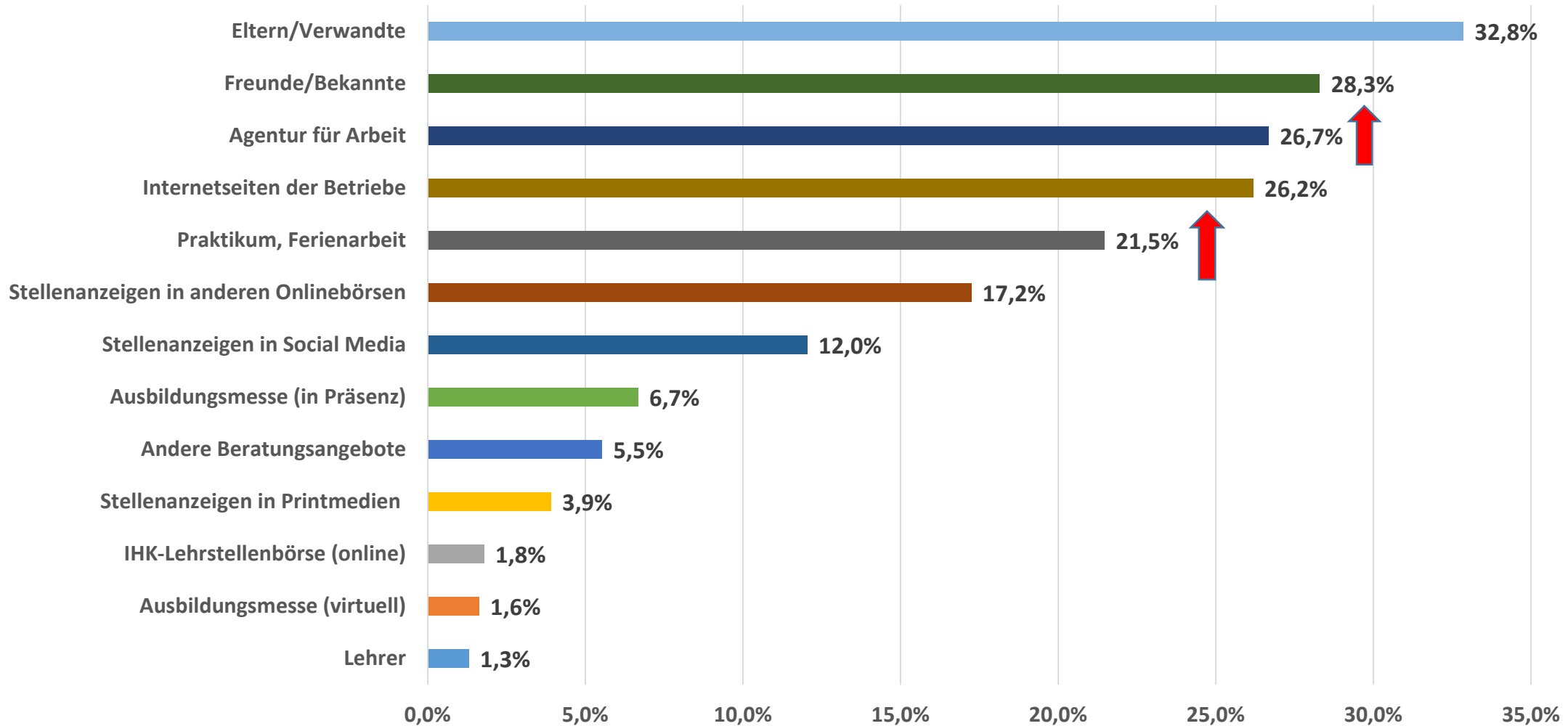


78% der Auszubildenden absolvieren die erste Ausbildung. 5% starten mit Studienerfahrung in eine Ausbildung. (weniger als im Vorjahr)

Welche Angebote der Berufsorientierung haben Ihnen bei der Berufswahl am meisten geholfen? (Mehrfachnennungen möglich)

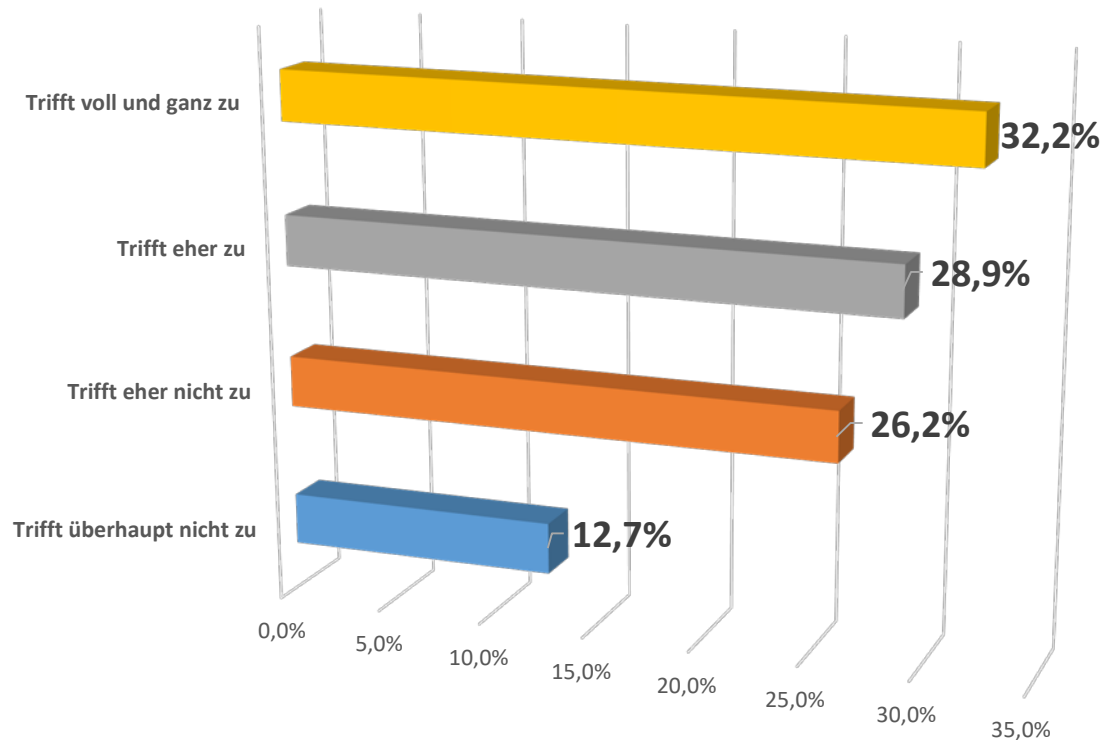


Durch wen oder wie sind Sie auf Ihren jetzigen Ausbildungsbetrieb aufmerksam geworden? (Mehrfachnennungen möglich)

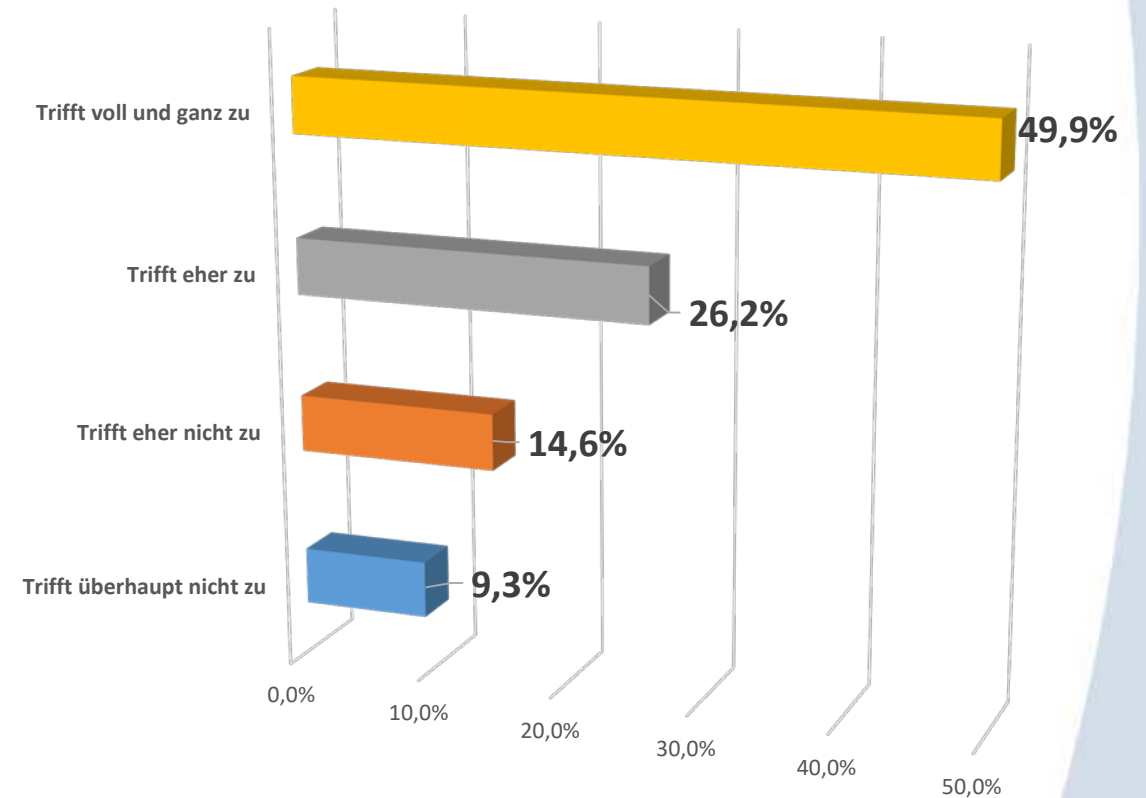


Aus welchen Gründen haben Sie sich für eine Ausbildung (und gegen eine andere Qualifikation) entschieden?

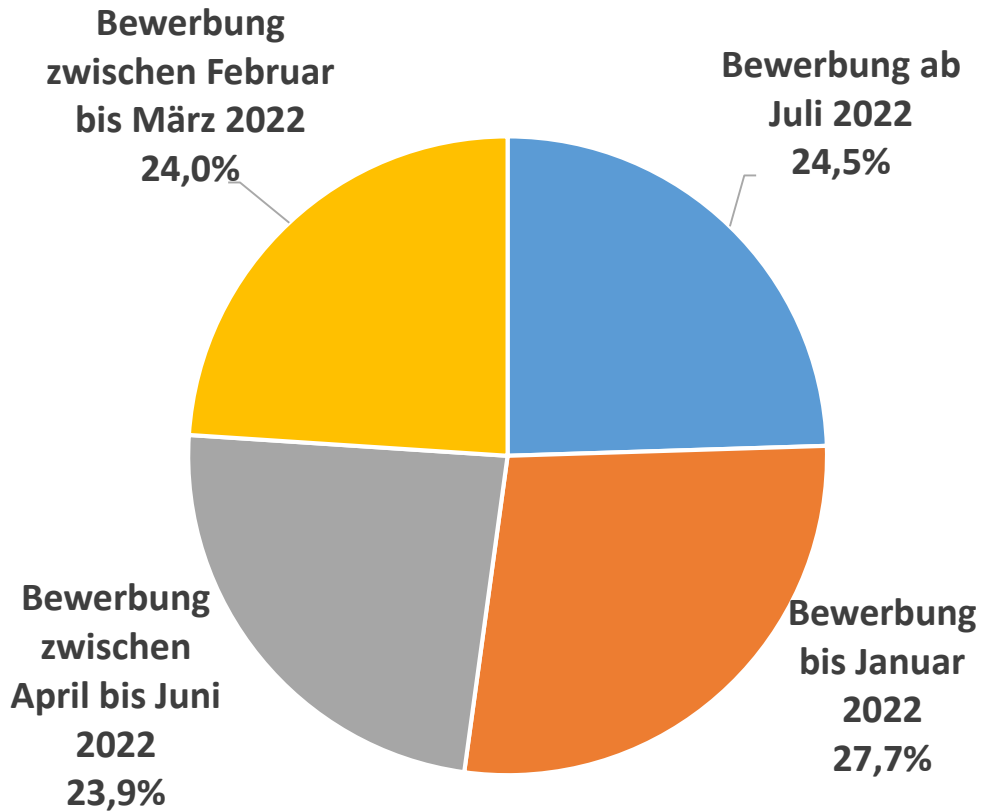
Die Nähe der Berufsschule zu meinem Heimatort spielte eine Rolle.



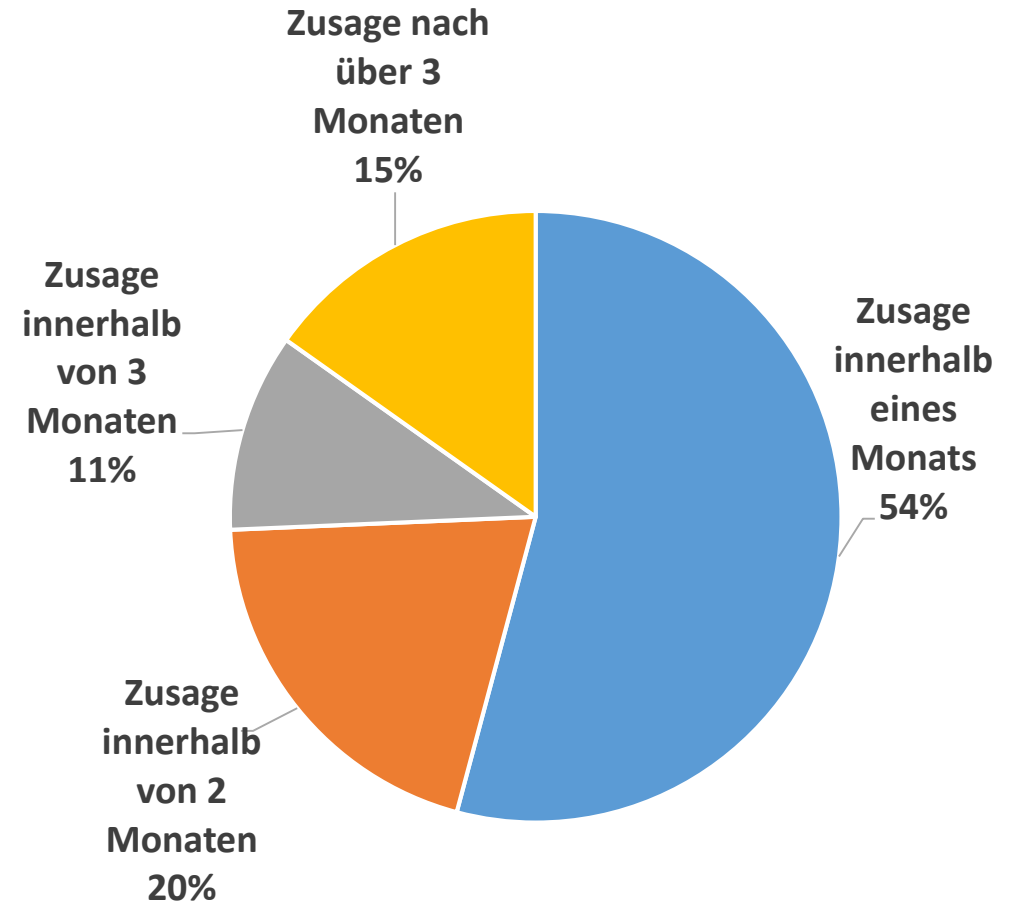
Die Nähe zum Heimatort spielte eine Rolle.



In welchem Zeitraum haben Sie sich beworben?

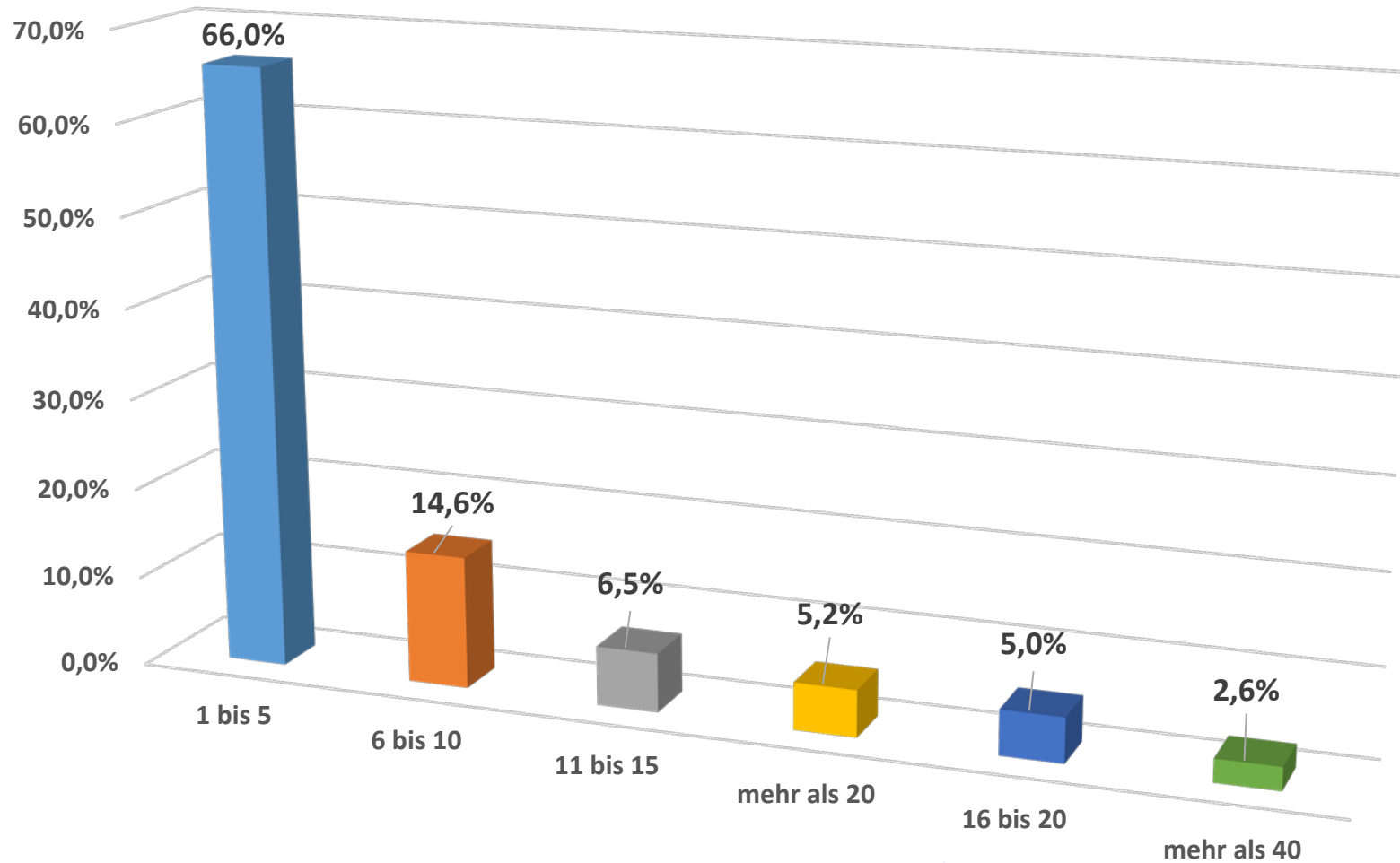


Wie schnell erhielten Sie die Zusage?



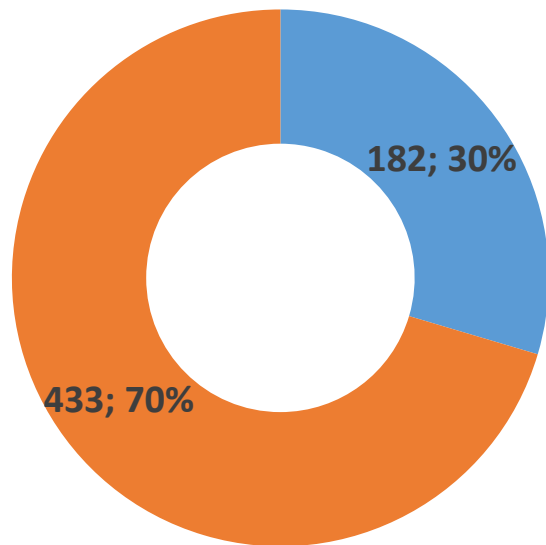
Gemessen am Vorjahr erfolgten die Bewerbungen etwas später! 50% der Azubis bewarben sich bis zu den Winterferien. Die Unternehmen haben ebenso schnell wie im Vorjahr auf die Bewerbungen reagiert.

Wie viele Bewerbungen haben Sie bis zur Zusage versandt?

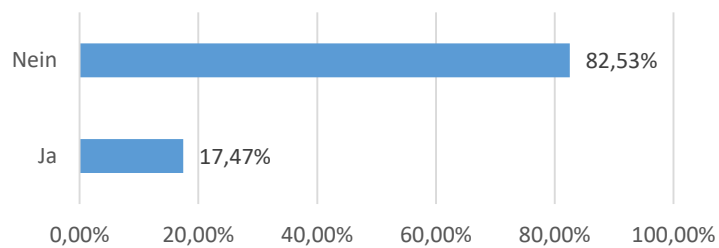


Unverändertes Bild: Bewerbungen zunehmend online und per Mail. 2/3 benötigen nur bis zu 5 Bewerbungen! Ein klarer „Bewerbermarkt“!
Insgesamt noch weniger Bewerbungen als in den Vorjahren versandt.

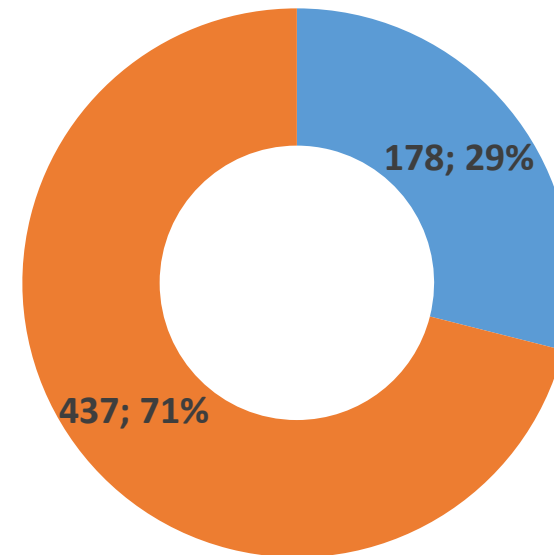
Sind Sie für die Berufsausbildung umgezogen?



■ Ja. ■ Nein.



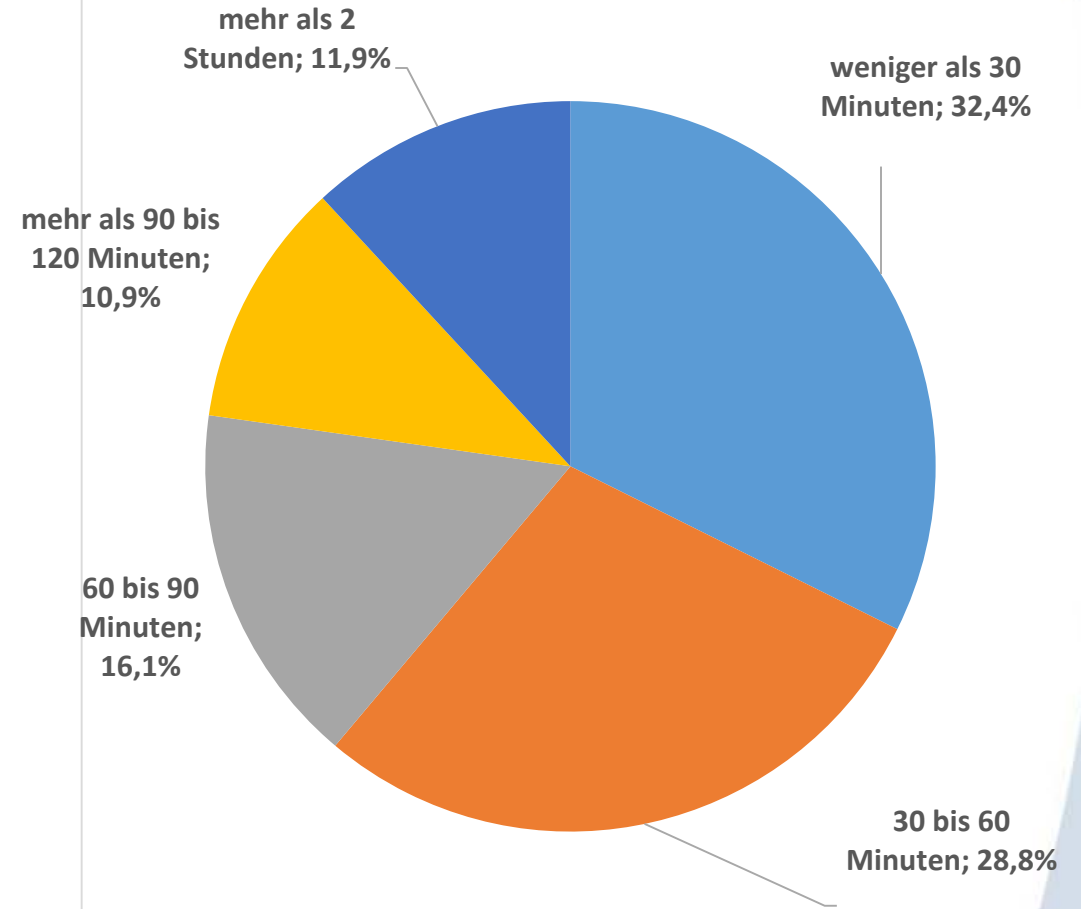
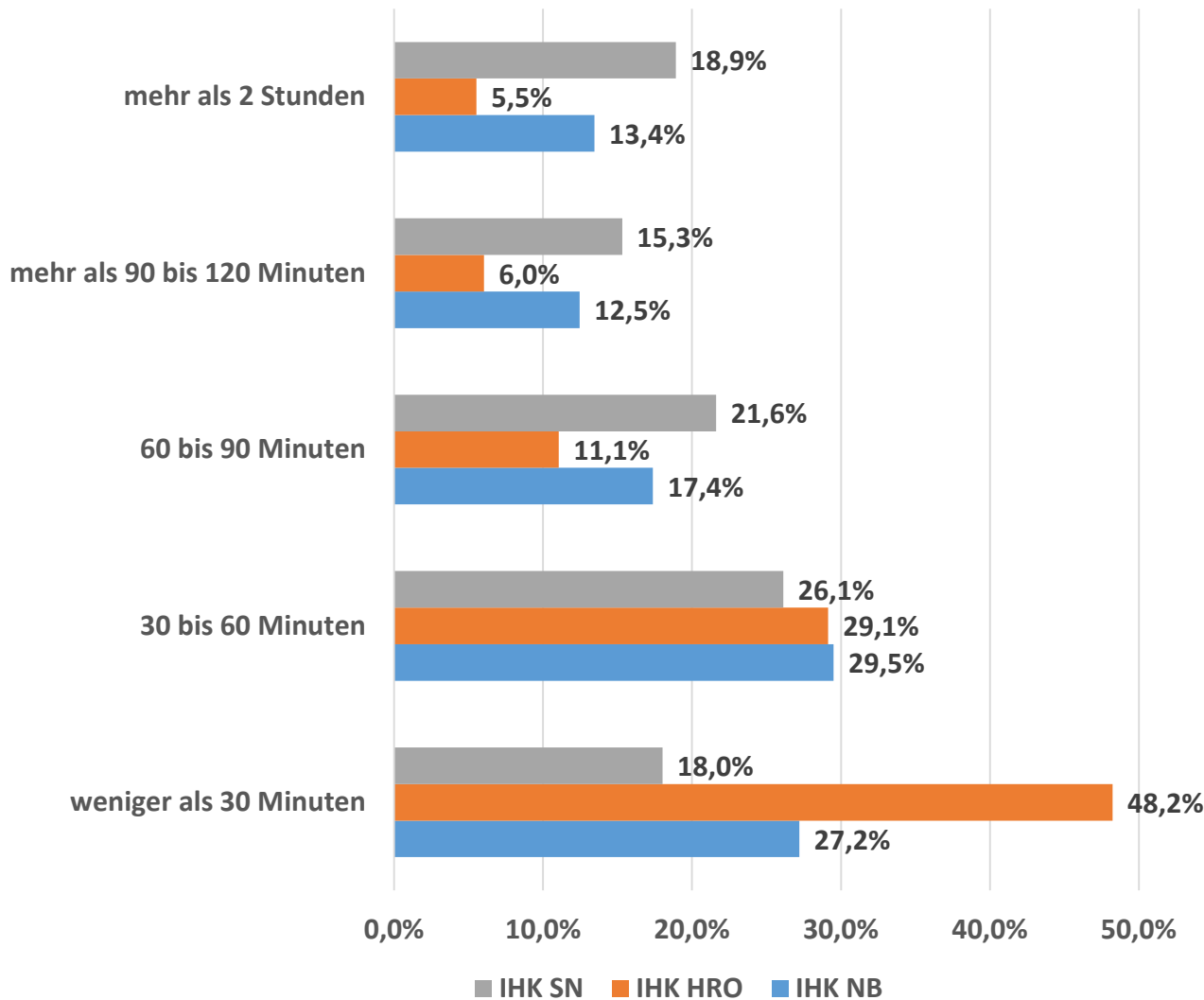
Haben Sie für den Berufsschulbesuch einen Wohnheimplatz oder eine Wohnung gemietet?



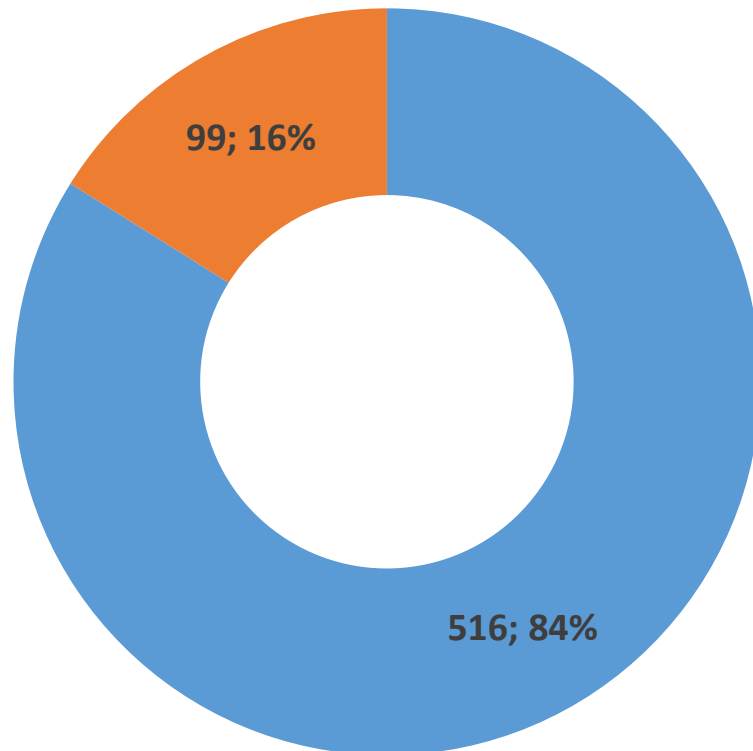
■ Ja. ■ Nein.

Im Durchschnitt der neuen Bundesländer sind dies nur 20%!

Wenn Sie während der Berufsschulzeit nicht in einem Internat untergebracht sind: Wie lange sind Sie von Ihrer Wohnung zur Berufsschule unterwegs?



Würden Sie die Ausbildung in Ihrem Betrieb weiterempfehlen?

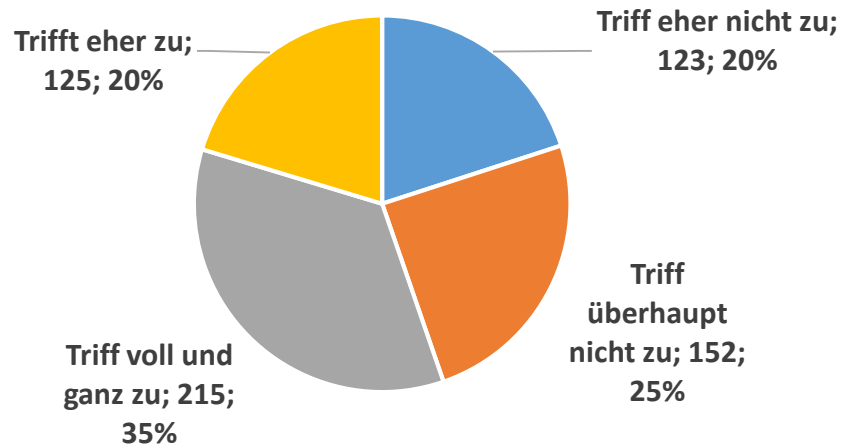


■ Ja. ■ Nein.

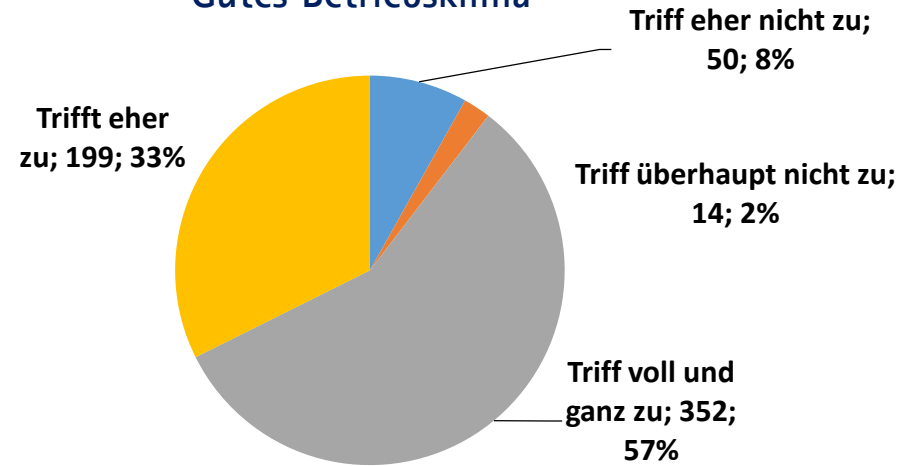
Wer sich einmal für den „dualen Weg“ entschieden hat, ist in hohem Maße zufrieden mit seiner Wahl.

Sehr wichtig dabei: Gutes Verhältnis zu Ausbildern, gutes Betriebsklima, Karrierechancen.

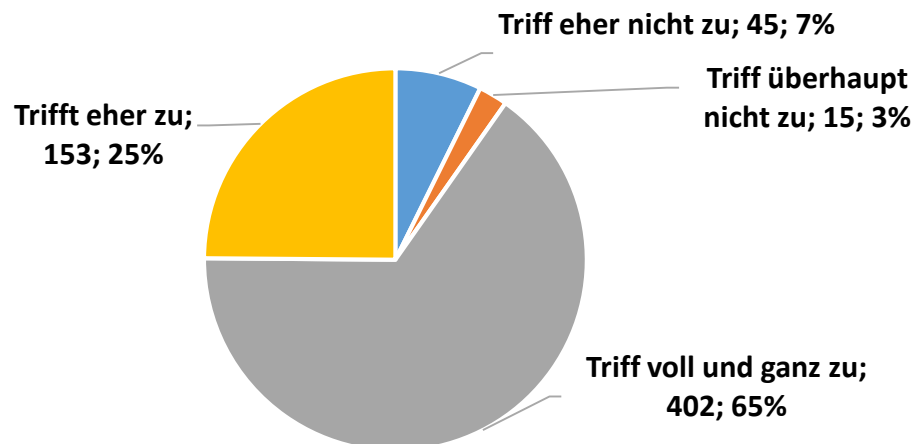
**Betrieb trägt Kosten für Berufsschulbesuch
(Fahrtkosten, Wohnheimkosten, etc.)**



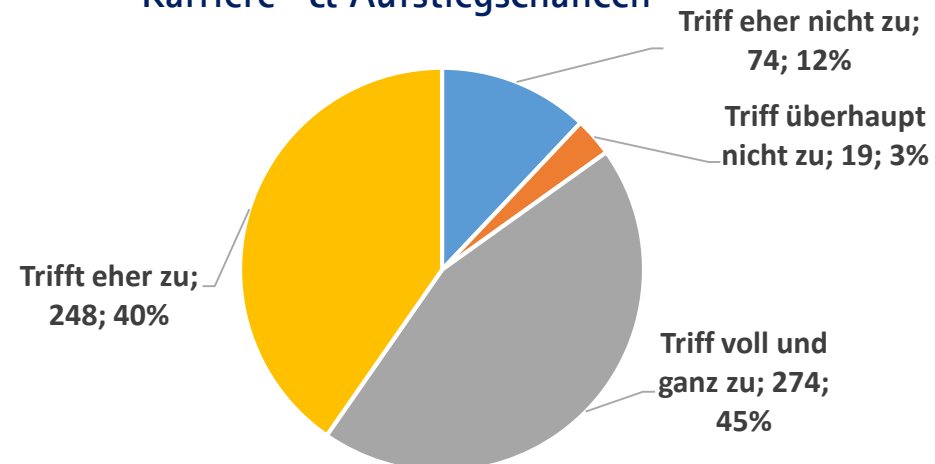
Gutes Betriebsklima



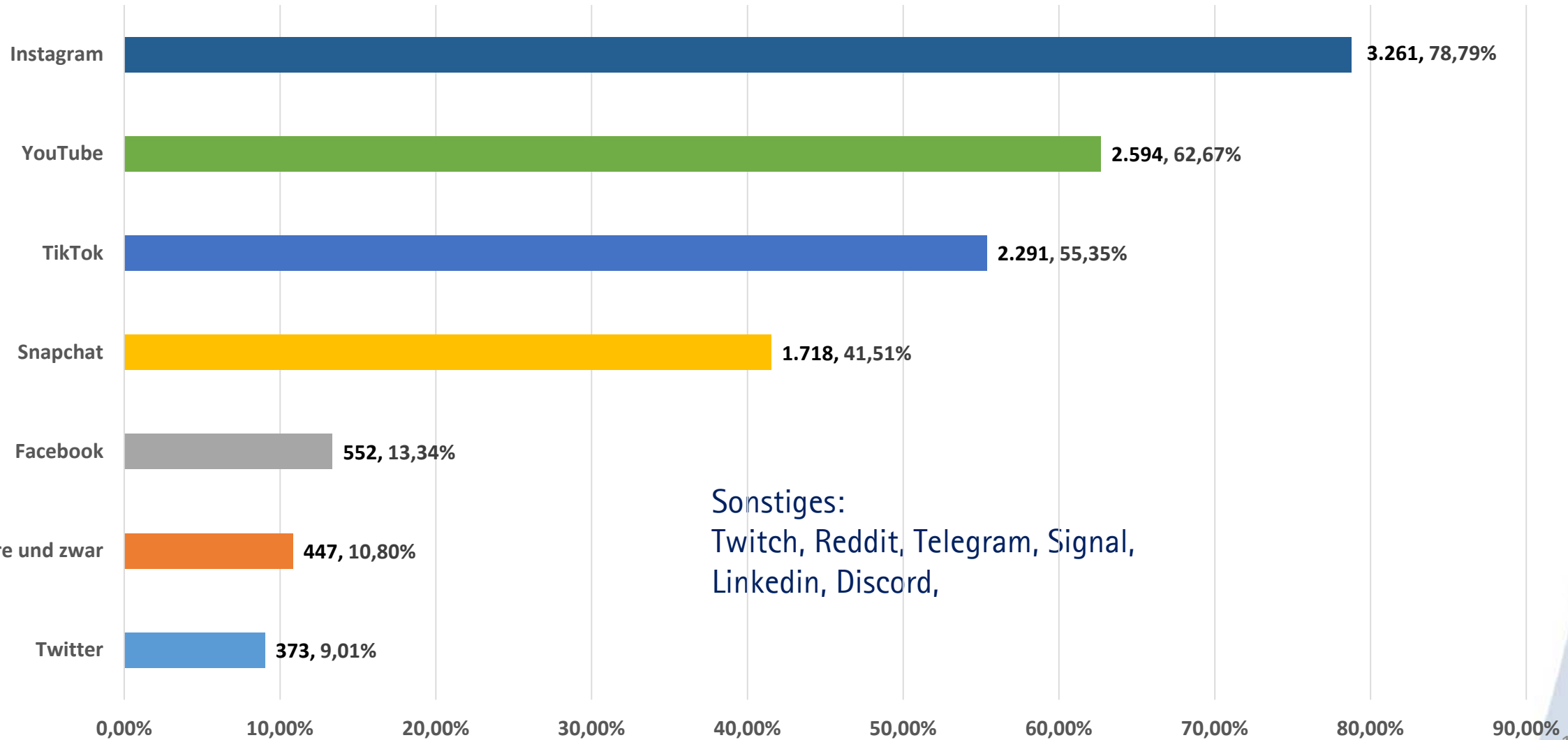
Gutes Verhältnis zum Ausbilder / zur Ausbilderin



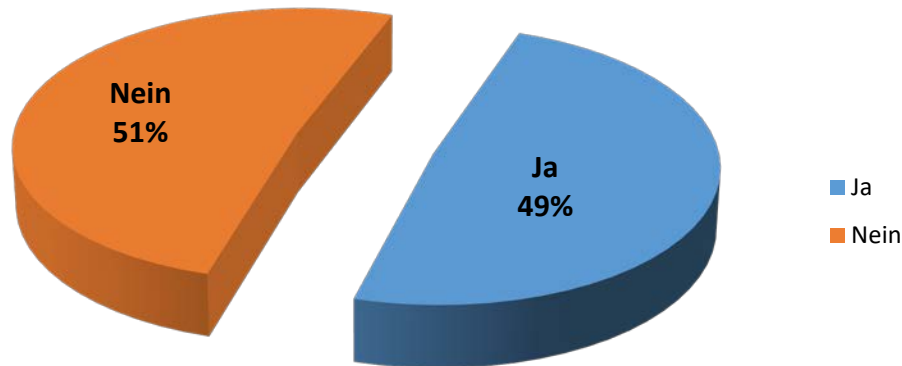
Karriere- & Aufstiegschancen



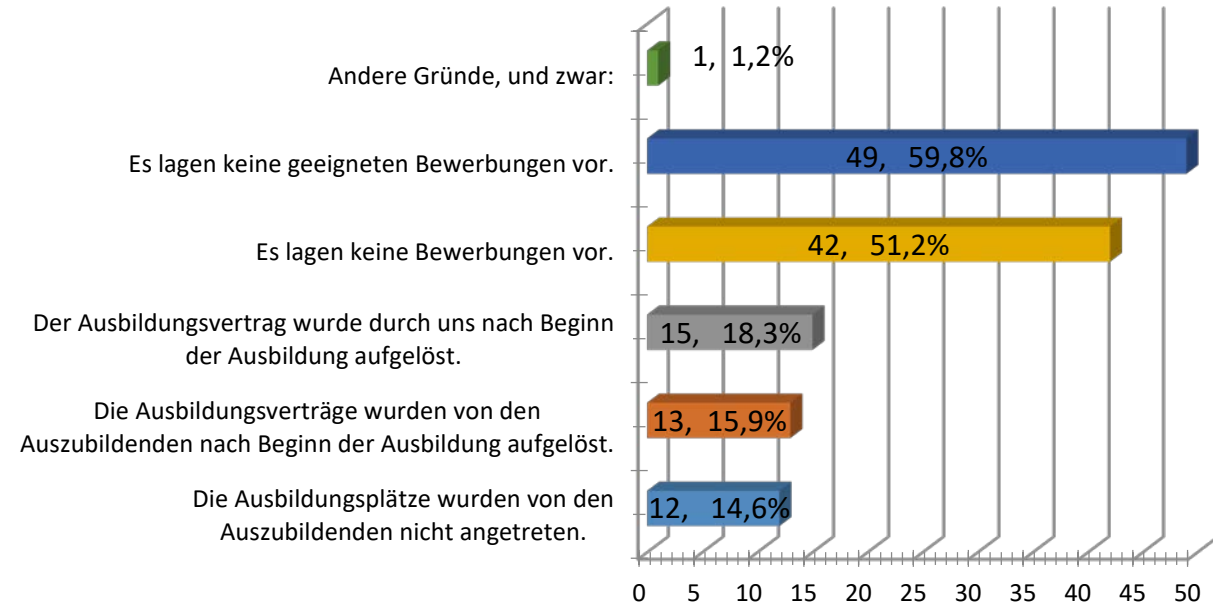
Welche Social Media Kanäle nutzen Sie?



Konnten Sie alle Ausbildungsplätze besetzen?



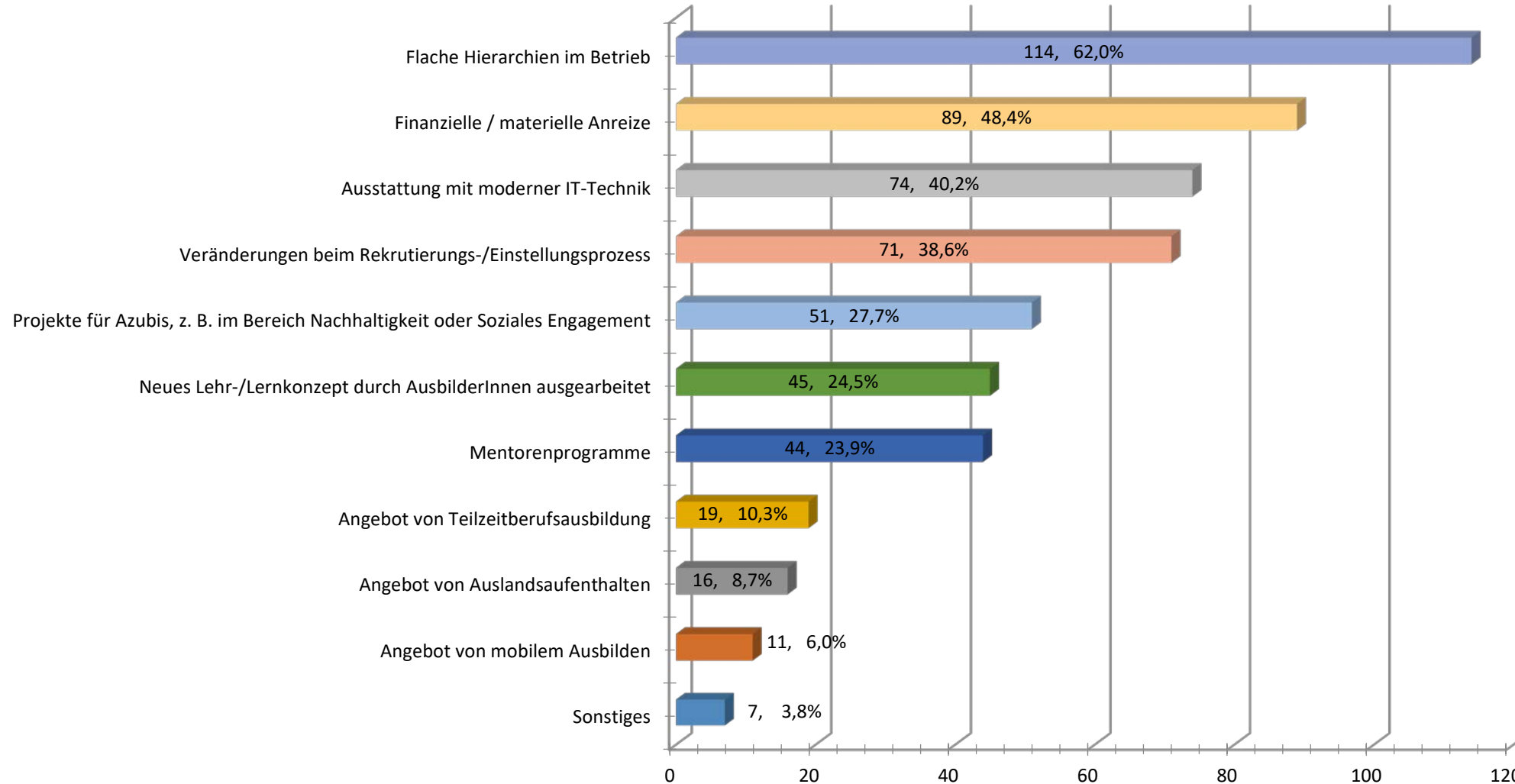
Warum konnten die Plätze nicht besetzt werden?



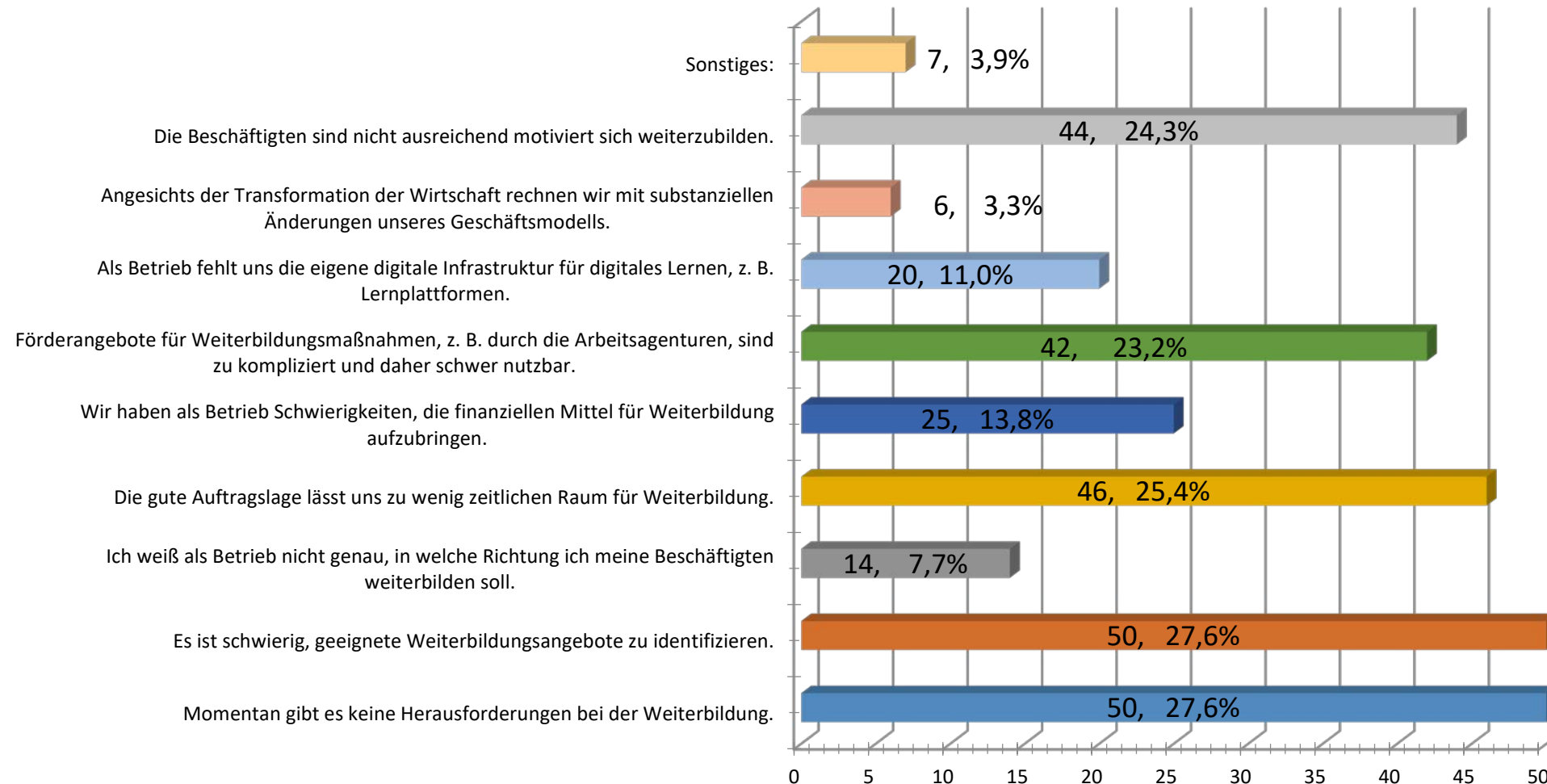
Unverändert zu den Vorjahren: Jeder zweite Betrieb kann nicht oder nicht vollständig besetzen. (174 Antworten)

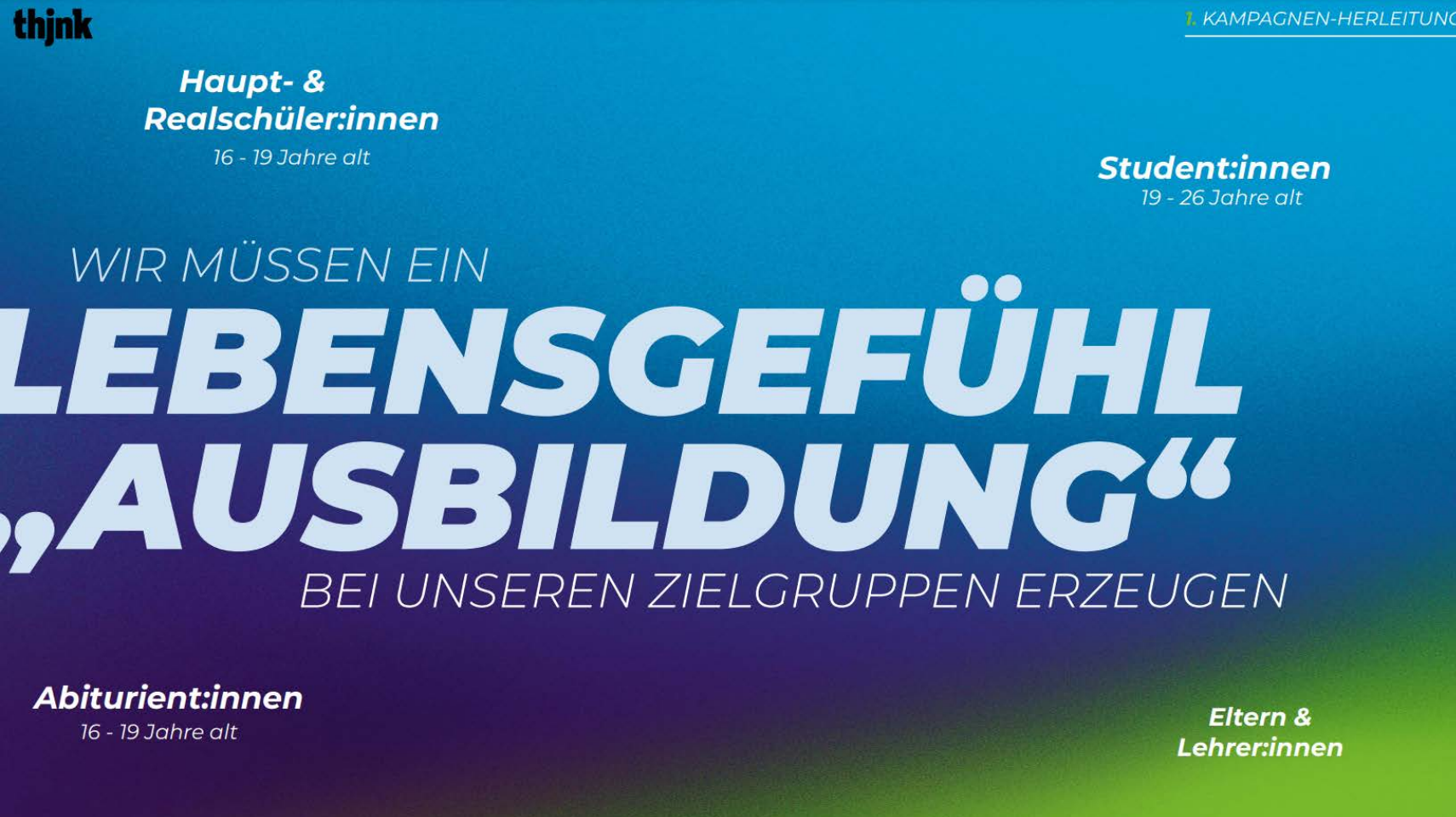
Die Umfrage wurde vom 8. Mai 2023 – 26. Mai 2023 durchgeführt. Aus MV beteiligten sich 200 Unternehmen an der Umfrage.

Inwiefern haben Sie in den vergangenen Jahren Ihre Ausbildung verändert, um sich als Ausbildungsbetrieb attraktiv für zukünftige Azubis zu machen?



Welches sind aus Ihrer Sicht derzeit die größten Herausforderungen bei der beruflichen Weiterbildung Ihrer Beschäftigten?



A blue and green gradient graphic for the 'thnk' campaign. It features the text 'WIR MÜSSEN EIN „LEBENSGEFÜHL „AUSBILDUNG“ BEI UNSEREN ZIELGRUPPEN ERZEUGEN' in large white letters. Target groups are listed in white text: 'Haupt- & Realschüler:innen (16 - 19 Jahre alt)', 'Student:innen (19 - 26 Jahre alt)', 'Abiturient:innen (16 - 19 Jahre alt)', and 'Eltern & Lehrer:innen'. A small red icon and the text 'KAMPAGNEN-HERLEITUNG' are in the top right corner.

thnk

Haupt- & Realschüler:innen
16 - 19 Jahre alt

Student:innen
19 - 26 Jahre alt

Abiturient:innen
16 - 19 Jahre alt

Eltern & Lehrer:innen

1. KAMPAGNEN-HERLEITUNG

WIR MÜSSEN EIN
**„LEBENSGEFÜHL
„AUSBILDUNG“**
BEI UNSEREN ZIELGRUPPEN ERZEUGEN

Neun echte Auszubildende repräsentieren die duale Ausbildung und geben realistische Einblicke auf TikTok, Instagram und weiteren Social-Media-Kanälen. Sie geben Jugendlichen und jungen Erwachsenen einen Eindruck vom Lebensgefühl Ausbildung.

Die Kampagne ist auf Mitmachen angelegt: Für Betriebe wird ein Werbemittelpaket bereitgestellt, wie beispielsweise E-Mail-Signaturen, Plakate, Social-Media-Vorlagen, Webseiten-Banner. Zudem wird es Aktionen und Challenges geben.

Das Ziel der Kampagne ist es, im ganzen Land ein neues Bewusstsein für das Thema Ausbildung schaffen und so Betriebe und den Fachkräftenachwuchs zusammen-zubringen.



Die IHKs
in Mecklenburg-Vorpommern

IHK-Bundeskampagne JETZT#KÖNNENLERNEN

thjnk
ECHTE AZUBIS
KAMPAGNEN-BOTSCHAFTER:INNEN AUF ALLEN KANÄLEN.

EMILY
ELEKTRONIKERIN FÜR GERÄTE & SYSTEME

MAHALIA
MEDIENTALENTSCHAFTLICHE

GJEMIL & MUHAMMET
INDUSTRIEKAUFMANNEN

MERET
HOTELFACHMANN

LEONA
KAUFFRAU FÜR GROSS- & AUSSENHANDELSMANAGEMENT

BATUHAN
PAPIERTECHNOLOGE

LOUIS
BANKKAUFMANN

HENK
FACHINFORMATIKER

thjnk UNSERE AZUBIS

ECHTE THEMEN
ÜBERGEORDNET – NICHT BERUFS-SPEZIFISCH.

EMILY
Q&A: Als Frau in einer Männerdomäne

MAHALIA
Q&A: Die Auszubildende, die kein Auszubildende sein möchte

GJEMIL & MUHAMMET
Wie führe ich ein Bewerbungsgespräch?

MERET
Umziehen für die Ausbildung?

LEONA
Der Verbleich: Ausbildung vs. Studium

BATUHAN
3 Ausbildungsberufe, auf die niemand kommt

LOUIS
Finanz-Tipps fürs Azubi-Gehalt

AUS DER COMMUNITY

Anna: Mega stark! 4 T Antworten

Kat: Davon sollte ich mir mal eine Scheibe abschneiden, auch wenn ich keine Ausbildung mache 4 T Antworten

Leona Weges: Lieeeeeebss 5 T Antworten

Sophie Kaufmann597: Mahahahah! Mega toll und lustig 6 T Antworten

Wie sympathisch wollt ihr rüberkommen? - Ja! 20 961 Antworten

Marcus & Corinna: Abgefahren, echt noch nie von gehört - klingt aber spannend! 6 T Antworten

Havenur: Richtig interessant danke für die info!

thjnk UNSERE AZUBIS

SOCIAL HUB
EIN EIGENER TIKTOK-KANAL FÜR UNSERE ECHTEN AZUBIS

@die.azubis
#KÖNNENLERNEN

Wöchentliche Video-Beiträge aus dem Ausbildungsalltag unserer Azubis tragen das Lebensgefühl über den Kanal @die.azubis in die TikTok Feeds der jungen Zielgruppe.

thjnk MITMACHKAMPAGNE FÜR BETRIEBE

EINE MITMACHKAMPAGNE FÜR AZUBIS. FÜR 79 IHKs. FÜR BETRIEBE.

