

Ausbildungsmarketing im Mittelstand

23.05.2011, 09:59 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *BEST Bildungs-GmbH*



Innerhalb weniger Jahre hat sich die Situation gedreht. Die Zahl der Bewerber um einen Ausbildungsplatz sinkt. Die Zahl der Ausbildungsplätze steigt, weil in einer Zeit des Fachkräftemangels mehr Personal über Ausbildung rekrutiert werden muss. Unter dem Gap, was sich zwischen Angebot und Nachfrage auftut, leiden in erster Linie kleine und mittelständische Betriebe, die teils schon in diesem Jahr schon in diesem Jahr große Schwierigkeiten bei der Rekrutierung geeigneter Auszubildender haben. Die Situation wird sich in den kommenden Jahren leider nicht entspannen. Um den Bedarf an Fachkräften in Verbindung mit Berufsausbildung zu sichern, ist es für den Mittelstand notwendig, in die Qualität der Ausbildung zu investieren und ein ganzjährig angelegtes Ausbildungsmarketing zu betreiben. Gute Auszubildende bekommt, wer über gute Ausbildung berichten kann. Wem es künftig gelingt, sein Unternehmen als Marke in Sachen Ausbildung darzustellen, wird weniger Schwierigkeiten haben, geeignete Bewerber zu rekrutieren als diejenigen, die im ersten und zweiten Quartal eines Jahres wegen Auszubildenden bei der Arbeitsagentur vorsprechen oder eben mal eine Anzeige in der Tageszeitung platzieren. Es bedarf eines systematischen Marketingplans, der angefangen von der Öffentlichkeitsarbeit über gezielte Rekrutierungsmaßnahmen bis zur Bewerberbindung im Vorfeld des Vertragsschlusses reicht. Sehr wichtig ist jedoch über die Qualität der Berufsausbildung, das Angebot an Ausbildungsberufen und die Begleitung der Auszubildenden nachzudenken. Es wird nicht ausreichen, den einen oder anderen Mitarbeiter eine Ausbildereignungsprüfung absolvieren zu lassen, vielmehr muss es in den Unternehmen Lernbegleiter geben, die den Auszubildenden über Lernklippen hinweg helfen können und die in der Lage sind, das gesamte, an der Ausbildung beteiligte Personal im berufspädagogischen Bereich permanent weiterzubilden. Die Frage, was hast du gelernt, wird in Zukunft mehr durch die Frage ersetzt, wo hast du gelernt? Klagen und enttäuschte Äußerungen darüber, dass viele Auszubildende nicht über die notwendige Ausbildungsreife verfügen, nützen nichts. Lösungsorientiertes Handeln bedeutet, für viele Unternehmen, die Ausbilderreife zu entwickeln und sich eine Positionierung als hervorragender Ausbildungsbetrieb zu schaffen, das Ganze regelmäßig nach Innen und nach Außen zu kommunizieren, um letztlich mit geeigneten Maßnahmen die Auszubildenden zu finden, die sich in der Organisation zu guten Fachkräften entwickeln können. Die BEST Bildungs-GmbH in Waldkappel unterstützt mittelständische Unternehmen beim Aufbau des Ausbildungsmarketings und bei der Rekrutierung neuer Auszubildenden.

www.diebest.de

Portrait

Die BEST Bildungs-GmbH wurde in 1992 von Bernd Stelzer gegründet und entwickelte als erster Anbieter ein Konzept zu der Fortbildung“ Fachberater im Außendienst (IHK)“. Die kurz darauf veröffentlichte Fachbuchreihe “Der Fachberater im Außendienst“, das sehr praxisorientierte Ausbildungskonzept und die mehrfache Auszeichnung bei Trainingspreisen verhalfen der BEST Bildungs-GmbH, zur Marktführerschaft in diesem Bereich. In 1996 folgte die Aufstiegsfortbildung zum “Fachkaufmann für Vertrieb (IHK)“. Bei der Entwicklung des Rahmenstoffplanes für dieses Berufsbild durch die IHK Düsseldorf wirkte die BEST GmbH mit und entwickelte sich auch hier zum führenden Anbieter. In 1999 wurde das Konzept Fachkaufmann für Vertrieb mit einem “Certificate of Excellence beim Internationalen Deutschen Trainingspreis ausgezeichnet. Im Jahre 2001 entsteht in Zusammenarbeit mit der Erdal-delta Vertriebs GmbH in Mainz ein Konzept zur “Optimierung des Verkäuferportfolios“. Dieses Konzept gewinnt in 2003 den Internationalen Deutschen Trainingspreis in Bronze. Wegen der guten Erfolgsquote und der hohen Nachhaltigkeit erhält die BEST GmbH in 2008 den 5-Year-Award des BDVT. In 2003 beginnt die BEST GmbH das Aus- und Fortbildungsprogramm auf den Bereich der betrieblichen Bildung auszuweiten. Es entstand die Aufstiegsfortbildung zum Vertriebsleiter und Trainer. Eine Fortbildung, die aufgrund der Marktentwicklung von Anfang an sehr hohe Akzeptanz im Markt gefunden hat. Die BEST GmbH wird Netzwerpartner im TAN-Trainernetzwerk des BDVT und bildet nach diesem Konzept Trainer aus. In 2006 entwickelt die BEST GmbH eine eigenständige Trainerausbildung und bietet diese in Kooperation mit der IHK- Kassel als Zertifikatslehrgang an. Der “Trainer für betriebliche Weiterbildung (IHK)“ setzt sich im Markt schnell durch und wird eine der erfolgreichsten Trainerausbildungen in Deutschland.

News-ID: 539885 • Views: 76 (Stand: 08.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/539885/Ausbildungsmarketing-im-Mittelstand.html>