

Azubimarketing 2019 und 2030: Drei Fragen an Kerstin Staudtmeister von „Dialog Organisationsberatung“



Kerstin Staudtmeister und ihr Team wurden 2017 durch das Magazin Focus Money mit dem Titel „Bester Ausbildungsbetrieb Deutschlands im Bereich Bergbau“ gekürt. In ihrem Team arbeiten über 30 hauptamtliche Ausbilder. Sie ist Führungskraft von

insgesamt 350 Mitarbeitern. Für ihren Workshop „Familiensache – Recruiting von Jugendlichen über die Ansprache der Eltern“ auf dem [Flügge Kongress](#) am 12. September bringt Frau Staudtmeister spannende Beispiele aus der Praxis mit. Heute schildert sie uns ihre Zukunftsvision zum Azubimarketing.

1. Frau Staudtmeister, was fällt Ihnen als Erstes ein, wenn Sie an heutige Schulabgänger denken – was ist anders im Vergleich zu Ihrer Schulzeit?

Ich hatte das große Glück, eine sehr gute Berufsorientierung in der Schule genossen zu haben. Ich wusste, was ich wollte, und war (meine Schulkameraden auch) nicht so orientierungslos wie die jungen Menschen heute. Und wir waren deutlich reifer und selbständiger. Das tut mir für heutige Schulabgänger leid. Denn jeder im Umfeld erwartet, dass sie mit dem Tag des Schulendes wissen, wie es weiter geht. Aber die wenigsten haben einen Plan oder eine Idee. Dadurch gehen viele von ihnen unnötige Umwege und brauchen zu lange, bis sie ihren Platz im Berufsleben finden.

2. Schießen wir uns gedanklich in das Jahr 2030: Wie sieht

Ihre Zukunftsvision bzw. Ihr Wunsch in Bezug auf die Kommunikation von Unternehmen mit jugendlichen Bewerbern aus?

Im Jahr 2019 wird mein Enkel 15 Jahre alt sein. Für ihn und alle Gleichaltrigen wünsche und hoffe ich, dass sie bis dahin schon ganz viel ausprobieren konnten und dass es vielleicht über digitale Möglichkeiten ganz einfach ist, mit Unternehmen oder Institutionen in Kontakt zu kommen, um Schnuppertage, Praktika oder Projekte übers Smartphone zu organisieren, zu planen, durchzuführen. Dass es danach möglich ist, sich ganz einfach Berufe vor Ort anzuschauen, und dass sich die jungen Leute ausprobieren können.

3. Bitte vervollständigen Sie folgenden Satz: Ein gutes Azubimarketing kommt in 2019 nicht vorbei an...

An den Kanälen, die Jugendliche nutzen, Instagram und Youtube, an echten tollen Erfahrungen, die öffentlich gestellt werden, und an der Überzeugung der Eltern. Und vor allem an Tempo, Transparenz, Verbindlichkeit und echter Nähe am Menschen im Recruiting-Prozess.

Vielen Dank für das Gespräch!

*Schreiner oder Koch? München oder Köln? Bei dieser Entscheidung übernimmt der Bauch das Kommando. Es sind Emotionen und gute Geschichten, die still und heimlich die Berufswahl lenken. Auf dem **Flügge Kongress** am 12. und 13. September 2019 dreht sich alles um das Storytelling zu Ihrer Ausbildung. Die lebendige, interaktive Veranstaltung verspricht spannende Einblicke in die Praxis und findet im wunderschönen Sport- und Olympiamuseum statt. Das wollen Sie nicht verpassen? [Jetzt anmelden!](#)*