IHK Die Ausbildung

Herbst 2023

NEWSLETTER

für Ausbildungsberater und -beraterinnen, Ausbildungsbetriebe, Ausbilder & Ausbilderinnen sowie Bildungsverantwortliche in der IHK

» BEST PRACTICE auf dem Weg in die Ausbildungsverantwortung

Schriftliche Prüfung: „AEVO-Prüfungsvorbereitung“

Lehrgangsteilnehmer und Lehrgangsteilnehmerinnen trainieren mit der „AEVO-Prüfungsvorbereitung“ für die schriftliche Prüfung. Kernstück des Bandes ist das „IHK-Aufgabentraining“, das durch Originalprüfungsaufgaben und deren Lösungen den Schwierigkeitsgrad transparent werden lässt.

Der Band beantwortet Fragen zur persönlichen Lernkompetenz und unterstützt angehende Ausbilderinnen und Ausbilder dabei, Probleme wie Lernüberlastung oder Prüfungsangst gar nicht erst aufkommen zu lassen.

Praktische Prüfung: „AEVO-Methodentraining“

Das „AEVO-Methodentraining“ begleitet auf dem Weg in die Praktische Prüfung. Ein Überblick zu Ausbildungsmethoden und Beispiele zu den Konzeptinhalten für die AEVO-Prüfung leiten Prüfungsteilnehmer und Prüfungsteilnehmerinnen bis zum erfolgreichen Weiterbildungsabschluss.

Der Hintergrund: Eine passgenaue Ausbildungsarbeit setzt eine gute Vorbereitung der Ausbilderinnen und Ausbilder bei der Vermittlung von Ausbildungsinhalten voraus. Kompetenzen zum Planen, Durchführen und Kontrollieren von Ausbildungseinheiten sind Grundlage der Ausbildertätigkeit. Diese Kompetenzen werden im praktischen Teil der AEVO-Prüfung nachgewiesen - genau hier setzt das „AEVO-Methodentraining“ an.

Die Titel sind erhältlich über: dihk-bildung.shop

Ganz schön ausgebildet!

Mit einer bundesweit angelegten Marketingkampagne setzen sich die DIHK und die Industrie- und Handelskammern seit dem Frühjahr für ein neues, attraktiveres Image der Dualen Ausbildung ein. Hauptakteure der Aktionen sind neun Azubis, die Interessierte in sozialen Netzwerken mit durch ihren Lern- und Arbeitsalltag nehmen. So rücken sie ein authentisches, positives Lebensgefühl in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit. Auch Ausbildungsbetriebe sind beteiligt.

„FACH YOU!“ Unübersehbar prangen die beiden Worte auf dem farbigen Untergrund. Die Nähe zu einem englischsprachigen Kraftausdruck ist beabsichtigt – das Plakat ist eines von mehreren Motiven und erzeugt Aufmerksamkeit. Dem Wortspiel folgt ein Hinweis, der Kontext und Ziel verrät: „Fachkraft werden in einem von über 250 IHK-Ausbildungsberufen.“ Darüber die Aufforderung: „jetzt#können lernen“. Dieser Social-Media-Hashtag soll die Zielgruppe abholen – und die ist in der Welt des Internet mit seinen sozialen Netzwerken zuhause. Ein QR-Code bringt Interessierte vom Plakat auf eine Website. Dort geht die scherzhaft-provokative Ansprache weiter: „Diese Jugend von heute. Ganz schön ausgebildet.“ Doch es gibt noch viel mehr zu entdecken.

Es ist die erste bundesweite Ausbildungskampagne der DIHK und sämtlicher Industrie- und Handelskammern aus den 79 Kammerbezirken der Republik. Gemeinsam setzen sie sich dafür ein, junge Menschen für die Duale Ausbildung zu begeistern und sie für diesen Berufsweg mit seinen zahlreichen Karrierechancen zu gewinnen. Am 9. März 2023 startete die erste Phase der langfristig angelegten Aktion unter dem Motto „Ausbildung macht mehr aus uns“, umgesetzt von bunt gemischten IHK-Arbeitsgruppen und der Hamburger Marketingagentur thjnk. Multiplikatoren: Ausbildungsbetriebe, die mit einem speziell geschnürten Werbemittelpaket die Botschaft individualisieren und weiter verbreiten können.

»

» LITERATUR TIPP

Nachhaltig und fleißig wie die Bienen

Umweltschutz und Nachhaltigkeit gehören inzwischen zum Pflichtprogramm in der beruflichen Ausbildung. Wie Unternehmen diese Anforderungen umsetzen und was das für die Qualifizierung des Ausbildungspersonals bedeutet, steht in der neuen **POSITION**.

Die Herbstausgabe des überregional erscheinenden IHK-Berufsbildungsmagazins beschreibt, wie die Provinzial AG die integrativen Ausbildungsinhalte rund um Umweltschutz und Nachhaltigkeit praktisch vermittelt: Unter anderem kümmern sich die Azubis des Versicherungskonzerns um Bienenstöcke. Weitere Themen im Heft sind die Voraussetzungen für das IHK-Prüfer-Ehrenamt, eine neue Ausbildung in der Caravan- und Reisemobiltechnik oder das IHK-Engagement in der deutschlandweit agierenden „Stiftung Kinder forschen". Außerdem geht es in einem längeren Beitrag darum, wie das Online-Lernen die Eigenverantwortung der Azubis stärken und Ausbilder entlasten kann.

POSITION erscheint quartalsweise und richtet sich vor allem an Ausbilder, Prüfer und Personalverantwortliche in den IHK-Mitgliedsunternehmen. Eine Auswahl der neuesten Beiträge und alle Infos zum Bezug gibt es in der begleitenden Online-Version unter der Adresse www.ihk-position.de.

WISSENSWERT

Infoplattform rund um die Praxis – von Lehrgang und Prüfung

»

Die inhaltliche Überzeugungsarbeit allerdings leisten keine Langzeit-Berufstätigen, sondern neun Vertreterinnen und Vertreter der Generation Z: Die Azubis Batuhan, Emily, Gjemil, Henk, Leona, Louis, Mahalia, Meret und Muhammet laden dazu ein, ihnen auf den sozialen Medien zu folgen und sie über Videos in ihrem Ausbildungsalltag zu begleiten. Manchmal sogar bis in den Feierabend hinein. „Die Berufsschulklasse" heißt die Serie. Kurzweilig und mit mitreißend viel Spaß teilen sie Erlebnisse, Learnings sowie Tipps, Tricks und Fun Facts aus ihrem individuellen Werdegang. Was dabei vor allem rüberkommt, ist ein authentisches Lebensgefühl: Wie ist es, sich in dieser besonderen Lebensphase zu befinden, und was macht das mit einem?

Die Kampagne flankieren regionale Aktionen zum Ausbildungsstart wie etwa Beratungsangebote und Messen. Der ersten erfolgreichen Runde folgte nach dem Ausbildungsstart Ende September eine zweite: Neben frischem Social-Media-Content rückt eine bundesweite Plakataktion das Image der Dualen Ausbildung für die Generation Z in ein neues Licht. Schülerinnen und Schüler sowie junge Menschen, die von einem Studium oder einem anderen Ausbildungsweg umsteigen wollen, können attraktive Perspektiven entdecken, passend zur motivierenden Message: Ausbildung macht mehr aus uns – und war angesichts des Fachkräftemangels nie wertvoller als heute.

INTERVIEW

Ein authentisches Lebensgefühl

Ulrike Friedrich ist Referatsleiterin Ausbildungsmarketing und -analysen sowie Digitalisierung – und leitet die bundesweite IHK-Ausbildungskampagne, die im Frühjahr an den Start ging.

Frau Friedrich, was war der Auslöser, eine bundesweite Ausbildungskampagne auszurollen?

Ulrike Friedrich, Referatsleiterin Ausbildungsmarketing und -analysen sowie Digitalisierung

Ulrike Friedrich: Zum einen schreitet der demografische Wandel immer weiter voran, zum anderen beschäftigen sich Jugendliche immer weniger mit dem Thema Duale Ausbildung. Besonders während der Corona-Pandemie fehlten plötzlich viele Maßnahmen oder erreichten die jungen Menschen nicht in ausreichendem Maße. Das war für uns als DIHK ein entscheidender Anstoß, gemeinsam mit den Industrie- und Handelskammern unsere Kräfte zu bündeln. Wir wollen jungen Menschen, die bald ihren Schulabschluss machen, eine Ausbildung als sehr gute Option für ihren beruflichen Einstieg nahebringen. Daraus entstanden ist eine bundesweite Mitmachkampagne, die vor allem in den Sozialen Medien stattfindet. Der Plan: authentisch vermitteln, wie es sich anfühlt, Azubi zu sein. Ein einheitliches Bild oder Bewusstsein für die Ausbildung gab es bisher im Gegensatz zum Studium nicht. Glücklicherweise konnten wir alle IHKs für die Kampagne gewinnen und mit einem spannenden Konzept starten.

»

» NEUES für die betriebliche Ausbildung

Zur Begleitung der vielfältigen Initiativen der IHKs, junge Menschen schon in der Schule für eine Berufsausbildung im Dualen System zu gewinnen, gibt es eine grundlegende Handreichung.

Der Titel ist erhältlich über: dihk-bildung.shop

DURCHSTARTEN in die Ausbildung
8 Seiten, 0,90 €

» AEVO-TIPP

„AEVO-Rahmenplan neu aufgesetzt" – hierzu bietet die DIHK-Bildungs-gGmbH eine digitale Informationsveranstaltung mit Terminen in 2024 an:

12.01.2024 (10:00 – 11:30 Uhr)

23.01.2024 (14:00 – 15:30 Uhr)

07.02.2024 (10:00 – 11:30 Uhr)

19.02.2024 (16:30 – 18:00 Uhr)

Der von den Sachverständigen überarbeitete Rahmenplan ist nun veröffentlicht und wird im Jahr 2024 für die Prüfung wirksam. Die AEVO-Lehrgänge müssen mit entsprechendem Vorlauf auf die geänderten Inhalte angepasst werden. In dieser digitalen Veranstaltung können Sie sich über die bevorstehenden Änderungen informieren.

Teilnahmekosten: 142,- € pro Person und Termin

Ansprechpartner:
Frank Heinrichs, Tel. +49 228 6205-265
und Liam Bunk, Tel. +49 228 6205-288

»

Was macht die Kampagne besonders?

Ulrike Friedrich: Wir lassen Auszubildende selbst sprechen. Unsereins ist nicht nah genug dran an der Generation Z, wir könnten die Inhalte nicht derart glaubwürdig rüberbringen. Daher haben wir einen Aufruf für Azubis gestartet, sich als Gesichter für unsere Kampagne zu bewerben. Binnen zwei Wochen hatten sich mehr als 250 Jugendliche als so genannter Creator gemeldet – das hat uns in unserem Weg zusätzlich bestärkt.

Neun ausgewählte Azubis berichten seitdem in selbst produzierten Videos mit viel Humor über ihre Erlebnisse in der Ausbildung, zu Tipps und Tricks beim Berufseinstieg, aber auch aus ihrem Leben nach Feierabend. Das Ziel: Ausbildung als cooles Lebensgefühl vermitteln. Das Know-how haben sie vorab in einem Workshop gelernt und bekommen auf Wunsch jederzeit technischen Support. Auch auf Werbeplakaten und unserer Website sind sie zu sehen. Die Veröffentlichung auf allen Kanälen übernehmen wir. Unsere neun Azubis haben unterschiedliche persönliche Hintergründe und lernen verschiedene Berufe. So hoffen wir, dass möglichst viele junge Menschen sich mit „ihrem" jeweiligen Creator identifizieren können.

Wie ist die Resonanz auf die Kampagne?

Ulrike Friedrich: Am Ende der ersten Kampagnenphase Ende September hatten die Clips schon mehr als 18 Millionen Klicks. Unseren Social-Media-Stars folgten 25.000 Nutzerinnen und Nutzer, Anfang Oktober waren es bereits 30.000. Es läuft also richtig gut und macht riesig Spaß, auf diese Weise Interesse zu wecken, Reichweite aufzubauen und die Duale Ausbildung auch perspektivisch noch stärker ins gesellschaftliche Blickfeld zu rücken. Dafür haben wir tolle Partneragenturen gewonnen, und auch die IHKs sind Feuer und Flamme und bringen die Kampagne in ihren Regionen mit eigenen Aktionen kreativ voran.

Wie und mit welchem Vorteil können sich Ausbildungsbetriebe beteiligen?

Ulrike Friedrich: Besonders profitieren Betriebe ohne eigenes Azubimarketing. Sie können die unterschiedlichen Marketingmaterialien nutzen, die wir – oft individualisierbar – zur Verfügung stellen. Die IHKs unterstützen bei Rückfragen. So können die Unternehmen Teil der Kampagne werden und Jugendlichen Berufsorientierung bieten – ein wichtiger Faktor im Wettbewerb um Nachwuchskräfte. Essenziell ist eine Willkommenskultur für die jungen Menschen, in der sie sich angenommen fühlen.

Halten Sie den eingeschlagenen Weg demnach für zukunftsfähig?

Ulrike Friedrich: Unbedingt, denn wir holen damit den Fachkräftenachwuchs in seiner Welt ab, und hier spielt Social Media eine entscheidende Rolle. Die Kampagne soll mehrere Jahre laufen, die Planungen für 2024 haben schon begonnen. Potenzial sehen wir neben der Generation Z auch im direkten Umfeld, etwa bei den Eltern. Sie sind zentrale Ratgeber bei der Entscheidung, wie es nach der Schule weitergeht. Eine weitere Zielgruppe kann Lehrpersonal sein, um die Berufsorientierung in den Schulen gezielt zu unterstützen. Weiterentwicklungsmöglichkeiten gibt es viele, und wir arbeiten IHK-übergreifend ausgesprochen agil zusammen.

DIHK
DIHK–Gesellschaft für berufliche Bildung –
Organisation zur Förderung der IHK–Weiterbildung gGmbH

IMPRESSUM Wenn Sie diesen Newsletter nicht mehr erhalten wollen oder fälschlicherweise erhalten, können Sie diesen mit einer Mail an rudel.bernd@wb.dihk.de abbestellen. Alle Rechte vorbehalten. Jegliche Vervielfältigung oder Weiterverbreitung in jedem Medium als Ganzes oder in Teilen bedarf der schriftlichen Zustimmung. © 2023 DIHK-Gesellschaft für berufliche Bildung – Organisation zur Förderung der IHK-Weiterbildung gGmbH, Holbeinstraße 13-15, 53175 Bonn. Dieser Newsletter wird von der DIHK-Bildungs-gGmbH geschrieben und dient der Information und Kommunikation. Wir fühlen uns einer gendergerechten Sprache verpflichtet und bemühen uns, die häufigsten Personenbezeichnungen genderkonform zu verwenden.

Fotos: iStockphoto/caiaimage/goodluz/industryview, Adobestock/evannovostro
Kampagnenfotos JETZT#KÖNNENLERNEN: Florian Schüppel/DIHK