

Die Wohnungswirtschaft im Westen



Tagung des Arbeitskreises „Personal und Organisation“ der AGW

Dipl.-Päd.

Nadine Ibing

Referentin für Berufliche Bildung und Personalentwicklung

VdW Rheinland Westfalen

Imagekampagne für den Ausbildungsberuf

„Immobilienkaufmann/ -kauffrau

Berlin, 9. Mai 2016



Ausgangslage





Ausgangslage

- Demografischer Wandel: immer weniger 16 bis 25-Jährige in Deutschland, „Akademisierungstrend“
> **Starke Reduzierung des Ausbildungspotentials**

- Derzeit steigende Ausbildungsplatzangebote > verbesserte Marktlage aus Sicht der Jugendlichen > aber: **Wachsende Passungsprobleme**

- Steigende Bemühungen **anderer Branchen** zur Auszubildenden- und Fachkräfteakquise



In 2015 wieder erhöhte Zahl der Ausbildungsplätze, die nicht besetzt werden konnten

- Schwierigkeiten vor allem bei:

- Betrieben im ländlichen Raum
- kleinen und mittelständischen Betriebe
- Betrieben in den neuen Bundesländern (47,8%)
- Betrieben in Regionen, in denen die Anteile der Schulabgänger mit höheren Abschlüssen zunehmen

Lehrlinge händeringend gesucht

Die Zahl der Ausbildungsplätze ist in Ostdeutschland aber stagniert die Zahl der Verträge; unter anderem auch deshalb, weil das Handwerk aus Mangel an Bewerbern 1500 Lehrstellen nicht besetzen konnte.

„Die Betriebe im Westen sollten sich genau anschauen, was jetzt im Osten passiert. Da können sie lernen, mit welchen Knackpunkten auch die Bildung ungelöst werden“, sagt Joachim Firsich vom Bundesinstitut für Berufsbildung in Bonn. Denn das Defizit, das es jetzt schon im Osten gibt, wird mit ein paar Jahren Verringerung auch im Westen sichtbar werden. Die Absolvierung hat hier ebenfalls schon begonnen, er wird sich allerdings 2011 deutlich beschleunigen und Zahl der Absolventen von Haupt- und

abschulen von jetzt 530 000 binnen weniger Jahre auf 450 000 absacken lassen. Im Osten geht es schon jetzt steil nach unten. Vor zehn Jahren gab es zwischen Ost und Elbe noch 250 000 Lehrstellen-Bewerber. Zum Ende des vorigen Ausbildungsjahres im September, schied der Bewerbermarkt für Lehrlinge, werden noch 135 000 sein. Das entspricht einer Rückgang um 46 Prozent. Am größten die Abnahme angesprochen unter den Schülern, also einer Klasse, die „Handwerk besonders gerne einstellt“, sagt Friedrich Föster vom Statistischen Bundesamt in Wiesbaden. Die Zahl der Bewerberinnen und Bewerber wird seiner Ansicht nach aber sogar noch stark zunehmen.



„Wir haben im Moment kein Rezept, wie wir das Problem des Fachkräftemangels im Osten in den Griff bekommen können.“ Da eine Umkehrung der Ost-West-Wanderung von jungen Menschen nicht zu erwarten ist, erwägen ostdeutsche Handwerksbetriebe die Einstellung polnischer Lehrlinge. Im Grenzgebiet zwischen Deutschland und dem Herkunftsland hat sich ein solcher Austausch bewährt. Das Handwerk, das sonst die Konkurrenz polnischer Klempner fürchtet, befristet jetzt ähnliche, grenzübergreifende Verträge im Osten.

„Wir haben im Moment kein Rezept, wie wir das Problem des Fachkräftemangels im Osten in den Griff bekommen können.“ Da eine Umkehrung der Ost-West-Wanderung von jungen Menschen nicht zu erwarten ist, erwägen ostdeutsche Handwerksbetriebe die Einstellung polnischer Lehrlinge. Im Grenzgebiet zwischen Deutschland und dem Herkunftsland hat sich ein solcher Austausch bewährt. Das Handwerk, das sonst die Konkurrenz polnischer Klempner fürchtet, befristet jetzt ähnliche, grenzübergreifende Verträge im Osten.

Statistisches Bundesamt

Pressemittlung vom 13. April 2016 – 132/16

0,4 % weniger neue Ausbildungsverträge im Jahr 2015

WIESBADEN – Im Jahr 2015 haben rund 516 200 Jugendliche in Deutschland einen neuen Ausbildungsvertrag im Rahmen des dualen Systems abgeschlossen. Wie das Statistische Bundesamt (Destatis) nach vorläufigen Ergebnissen weiter mitteilt, waren das 2 200 Verträge oder 0,4 % weniger als im Jahr 2014.

In den neuen Ländern (einschließlich Berlin) verringerte sich gegenüber 2014 um 0,5 %. Im früheren Bundesgebiet sanken um 0,4 %. Dieser schon in den Vorjahren beobachtete Rückgang auf die demografische Entwicklung in der für die duale Auszubildenden- und Hochschulreife zurückzuführen.

Im größten Ausbildungsbereich Industrie und Handel, zu dem Ausbildungsberufe von Banken und Versicherungen gehören, insgesamt 1,1 % weniger Ausbildungsverträge abgeschlossen Handwerk, dem zweitgrößten Ausbildungsbereich, ging die Zahl der Ausbildungsverträge geringfügig um 0,2 % zurück. Im kleinsten – der Hauswirtschaft – sank die Zahl der neu abgeschlossenen Verträge 2015 um 7,5 %. In den übrigen Ausbildungsbereichen (Freie Wirtschaft, Öffentlicher Dienst) stieg die Zahl der neu abgeschlossenen Verträge um 0,1 %.

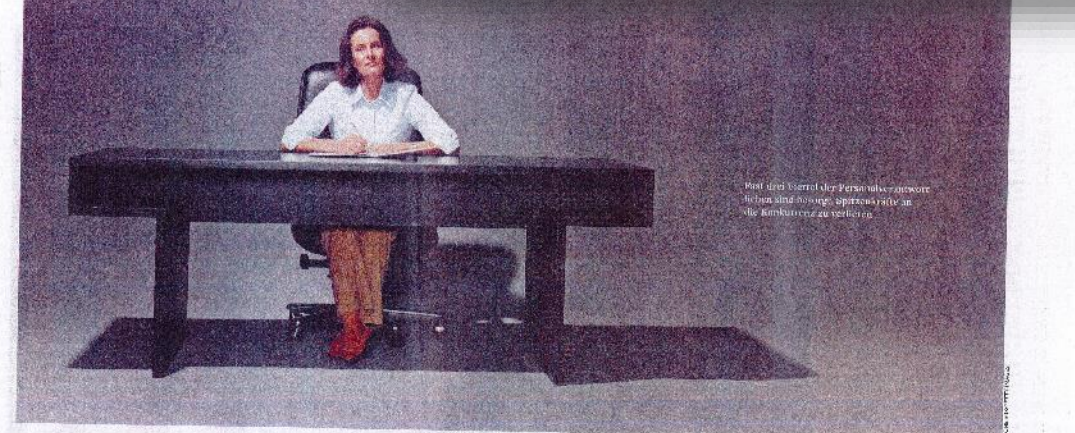
Insgesamt befanden sich am 31. Dezember 2015 nach vorläufigen Ergebnissen 1,34 Millionen Jugendliche in einer Ausbildung im dualen System, das 22 400 weniger als im Jahr 2014.

Teilen Twittern Teilen E-mailen



Immer mehr junge Menschen möchten studieren und außerdem schrumpft diese Altersklasse.

Noch nie haben in Deutschland weniger junge Menschen eine Ausbildung begonnen als im vergangenen Jahr. Mit 516.200 Frauen und Männern traten 0,4 Prozent weniger eine duale Ausbildung ein.



Personalchefs mit Zukunftsangst
Angesichts der Knappheit an geeigneten Kandidaten für freie Stellen fühlen sich die Manager zunehmend überfordert



Schlussfolgerung und Handlungsperspektive

- Machtverhältnisse kehren sich um (Bewerber können sich Stellen aussuchen!)
- Je besser die persönliche Ansprache, je mehr Einblick gewährt wird, je konkreter die Kontaktaufnahme zu Jugendlichen (Betriebsbesichtigungen, Schülerpraktika, Präsenz auf Messen, geeigneter Zugang über soziale Netzwerke u.v.m.) desto höher die Chancen, Ausbildungsplätze zu besetzen.





Die Kampagne





Die Ziele der Kampagne

1. Den **Bekanntheitsgrad** des Ausbildungsberufs „Immobilien-kaufmann/-frau“ erhöhen und ein entsprechendes **Image** verankern.
2. Den Ausbildungsberuf „Immobilienkaufmann/-frau“ attraktiv vorstellen, um die **Nachfrage** nach Ausbildungsplätzen zu steigern.
3. **Langfristig** soll das Berufsbild bekannter gemacht, Inhalte vorgestellt und somit der drohende Fach- und Führungskräftemangel in der Branche bekämpft werden.
4. übergeordnetes Ziel: Bekanntheitsgrad des Berufes erhöhen - **nicht**: Bewerbungen für einzelne Unternehmen generieren



Chancen

- Branche stellt sich **gemeinsam** als attraktiver Arbeitgeber vor
- **Hohe Verbreitung** mit sehr geringen Mitteln
- Höhere **Akzeptanz** bei Multiplikatoren





Die Entwicklung der Kampagne

Start



1. Relaunch 2011





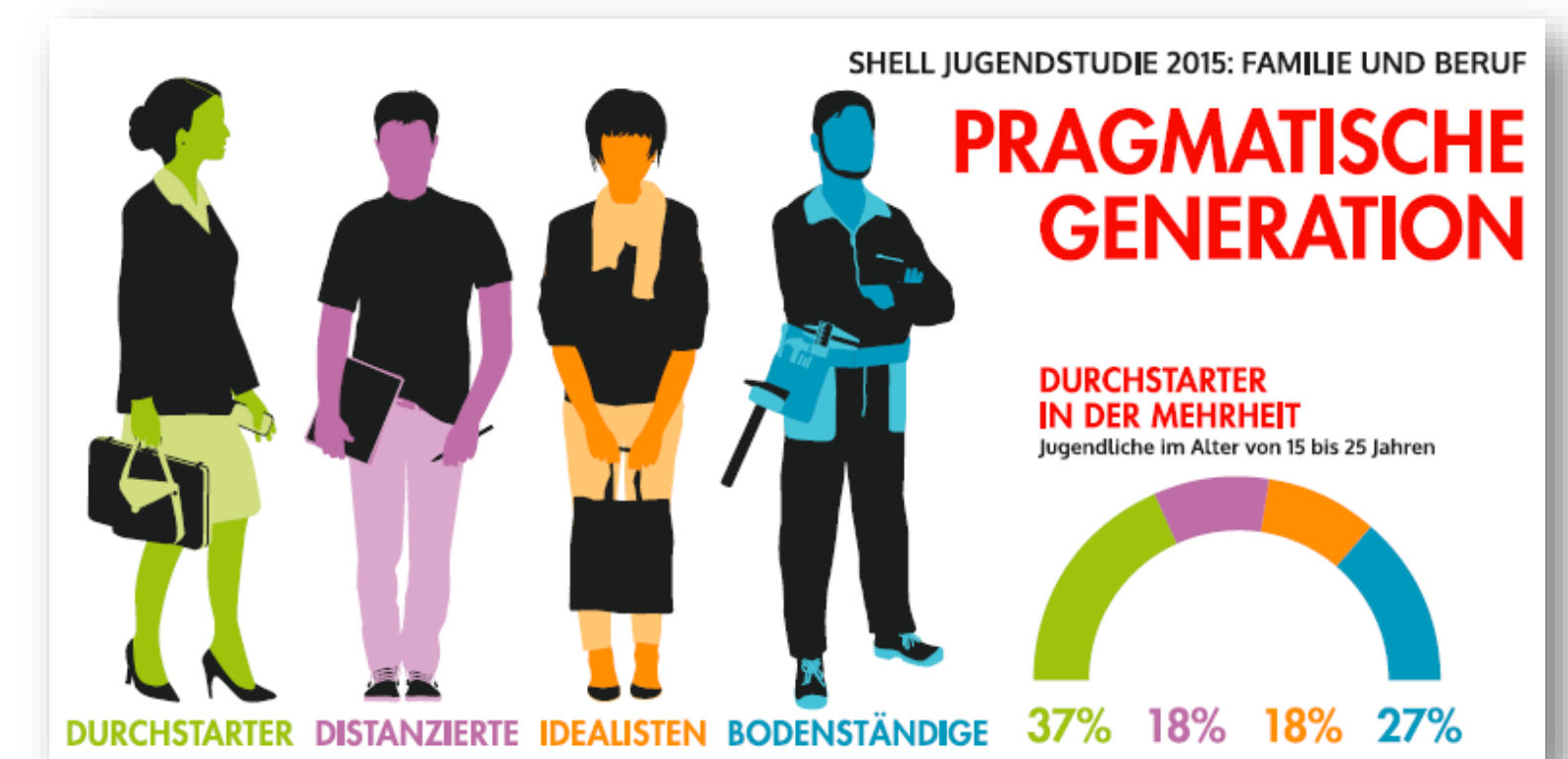
Relaunch 2014 – Azubi-Kampagne 3.0





17. Shell-Studie – Generation Y – Generation im Aufbruch

- **Pragmatische Haltung** gegenüber Herausforderungen in Alltag, Beruf und Gesellschaft (Bereitschaft, sich an Leistungsnormen zu orientieren, aber auch Wunsch nach stabilen sozialen Beziehungen)
- Individuelle Suche nach **gesichertem und eigenständigen Platz** in der Gesellschaft
- Bereitschaft, sich im persönlichen Umfeld **sozial zu engagieren**
- Mehrheitlich positive Grundhaltung und **Optimismus**
- Ansteigendes **politisches Interesse**
- **Respekt** (gegenüber Kultur und eigener Tradition), **Anerkennung** (der Vielfalt der Menschen) und **Bewusstheit** (für Umwelt und Gesundheit)
- Wunsch nach **Vereinbarkeit von Arbeit, Familie und Freizeit** (es geht um verlässliche Gestaltungsmöglichkeiten, nicht um Entgrenzung)
- Beruf soll **sicher** sein und ein **auskömmliches Leben** ermöglichen, aber auch als eine selbstbestimmte, **sinnvolle und gesellschaftlich nützliche Tätigkeit** erlebt werden





Der Slogan

WERT(E)VOLLER ALS DU DENKST!



NO HAI!
NUR IMMOBILIENPROFI



Die Motive

HABT IHR MICH VERDIENT?



Nachhaltigkeit
ist mir wichtig,
denn eine
kaputte Erde
lässt sich nicht
REPARIEREN.

WERT(E)VOLLER ALS DU DENKST!

www.immokaufleute.de

DER AUSBILDUNGSBERUF **IMMOBILIENKAUFMANN/-FRAU**
IN DER WOHNUNGSWIRTSCHAFT.



HABT IHR MICH VERDIENT?



Wo Werte
zählen, **BLÜH**
ich auf.

WERT(E)VOLLER ALS DU DENKST!

www.immokaufleute.de

DER AUSBILDUNGSBERUF **IMMOBILIENKAUFMANN/-FRAU**
IN DER WOHNUNGSWIRTSCHAFT.



HABT IHR MICH VERDIENT?

Ob ich mich mit Kohle
ködern lasse?
NÖ. ABER MIT
SINN.



WERT(E)VOLLER ALS DU DENKST!

www.immokaufleute.de

DER AUSBILDUNGSBERUF **IMMOBILIENKAUFMANN/-FRAU**
IN DER WOHNUNGSWIRTSCHAFT.







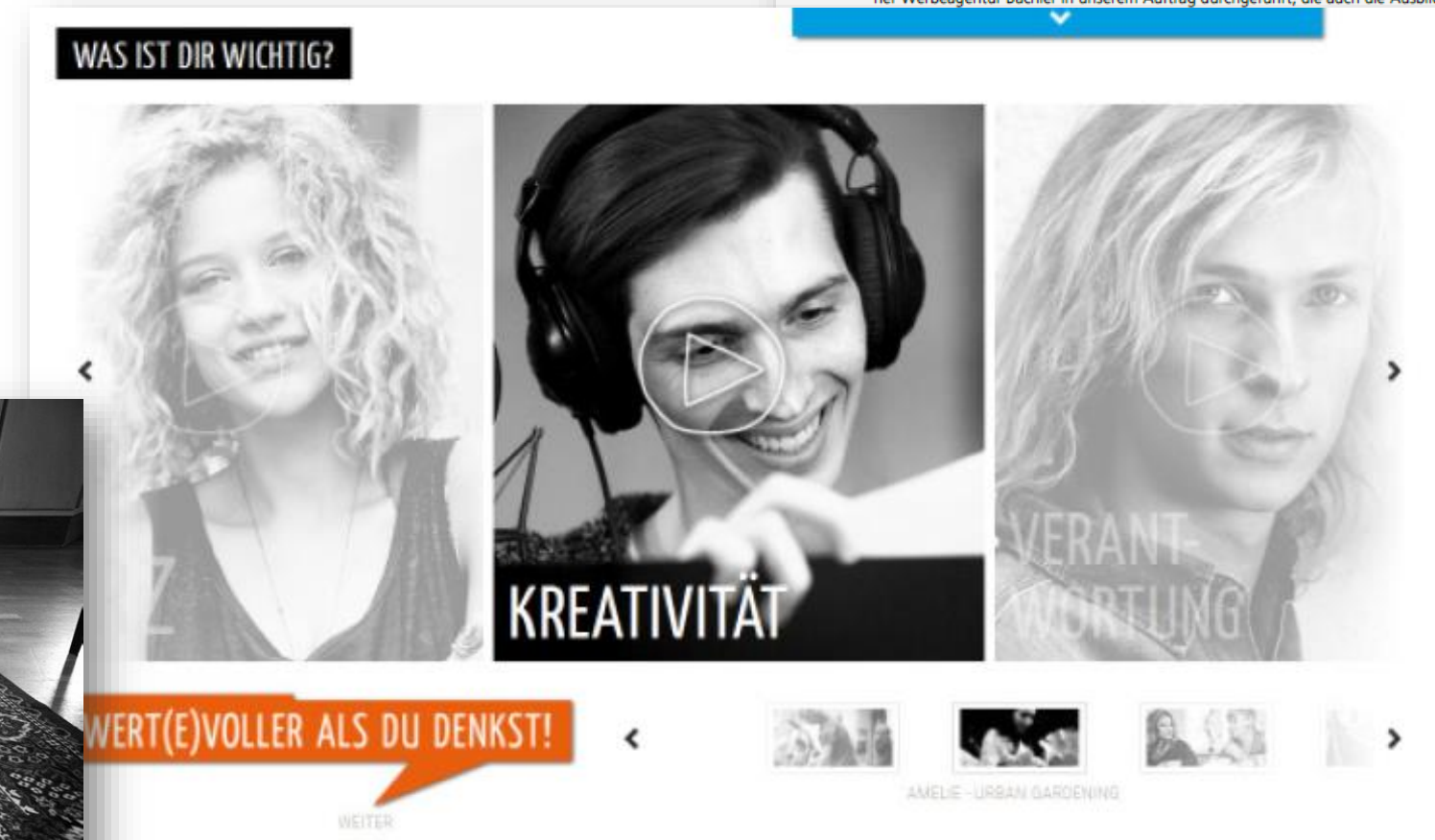
Zweite Phase der Kampagne: Einbeziehung „echter“ Azubis

- Aufruf zum Casting per Rundschreiben an alle Mitgliedsunternehmen im Juni 2015
- Gewinner:
 - Vonovia
 - WBG Nürnberg Immobilien GmbH
 - Neuland Wohnungsgesellschaft mbH
 - Baugenossenschaft freier Gewerkschafter eG
 - Vivawest Wohnen GmbH
 - GWW Wiesbadener Wohnbaugesellschaft mbH
- Erstellung der neuen Motive läuft



Die Wohnungswirtschaft
Im Westen

VdW Rheinland Westfalen
Verband der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft Rheinland Westfalen e.V.



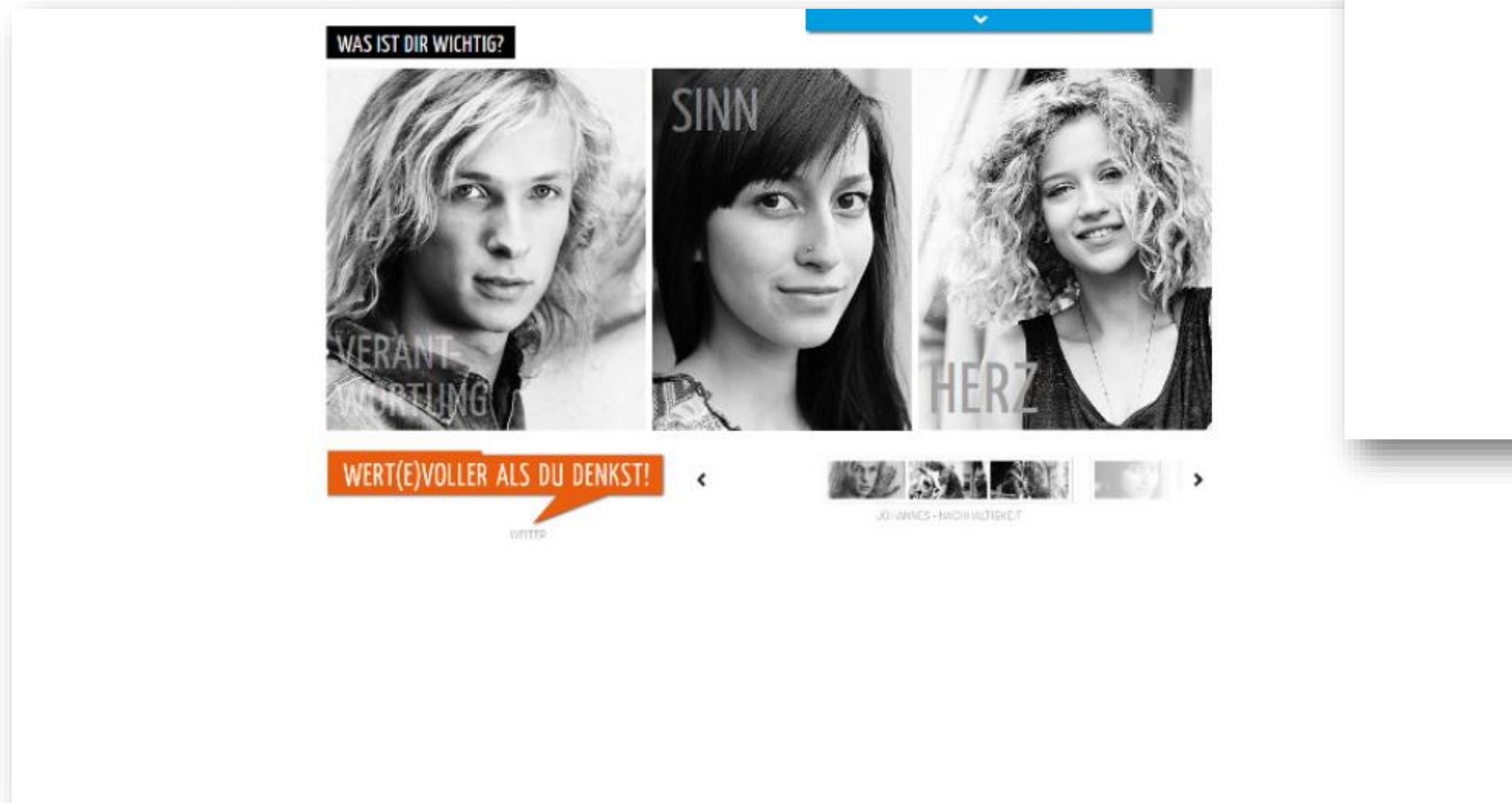
Multichannel-Marketing – virale Kampagne





Homepage

<http://www.immokaufleute.de>





Kampagne auf Facebook





Stuzubi-Messen

- Die Karrieremesse stuzubi will Abiturienten und Fachabiturienten dabei helfen, eine Antwort auf diese Frage zu finden.
- Neben regulären Studiengängen und Ausbildungsberufen wird als Schwerpunkt der Messe vor allem das duale Studium vorgestellt, das einen akademischen Abschluss mit einer betrieblichen Ausbildung verbindet.
- Webseite www.stuzubi.de

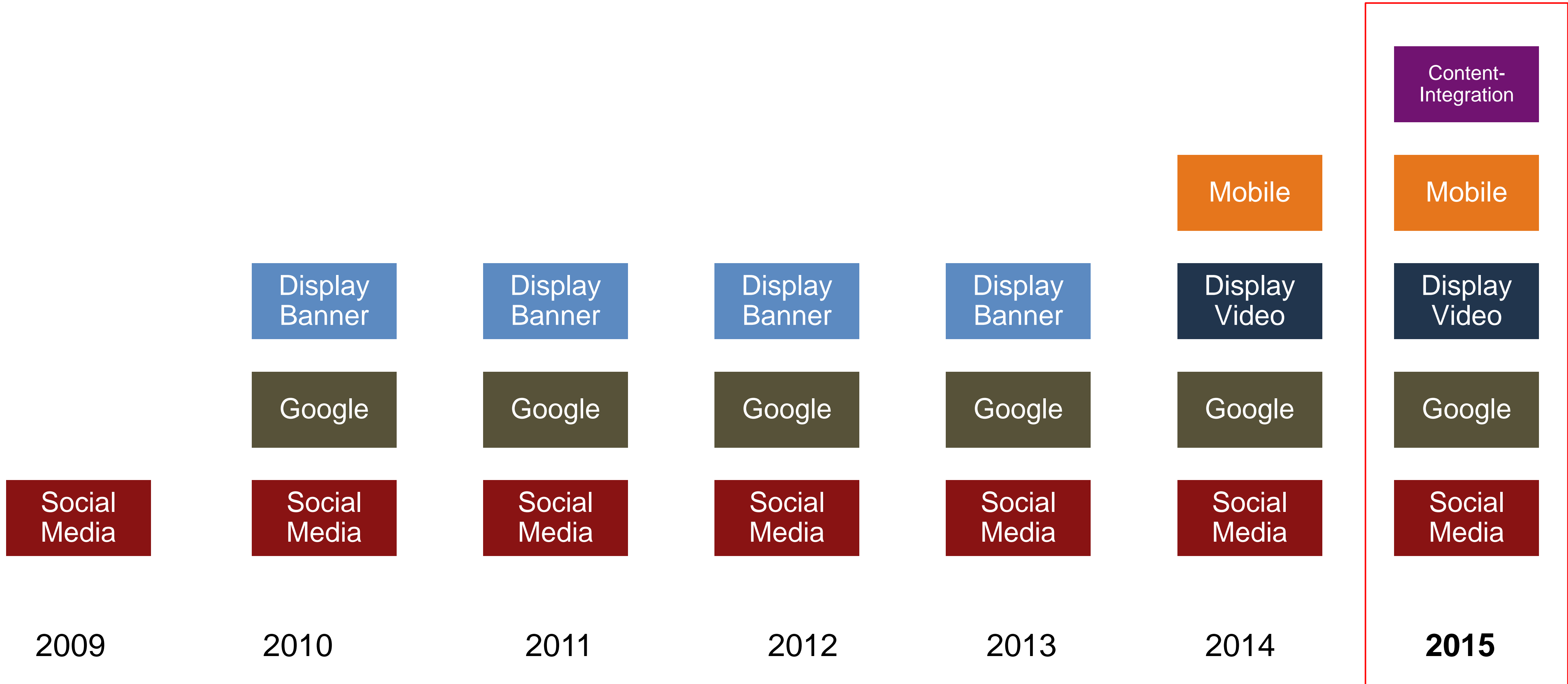




Stuzubi-Messen

- ✓ Wohnungsunternehmen der Region
- ✓ Jeweiliger Regionalverband der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft
- ✓ GdW Bundesverband deutscher Wohnungs- und Immobilienunternehmen e.V.
- ✓ Ggf. Akademie

Bestandteile





Content Kooperationen auf YouTube in Flight 1/2015 und 1/2016





glitteryandgolden vor 1 Monat

Find ich super, dass du auch solche Themen auf deinem Kanal ansprichst, sicherlich sehr hilfreich für viele jüngere Zuschauer! :) <3

Antworten · 32  





Nathalie Céline vor 1 Monat

Das Video ist ja mal meega cool gemacht!!:) In der Schweiz geht man (mit Kindergarten) 11 Jahre lang in die Schule und geht dann entweder ans Gymnasium oder macht eine Lehre (Ausbildung) Ich habe meine Lehre, als Friseurin vor fast 1 Jahr angefangen und bin mir sicher das ich die



Tim Schreder vor 1 Monat

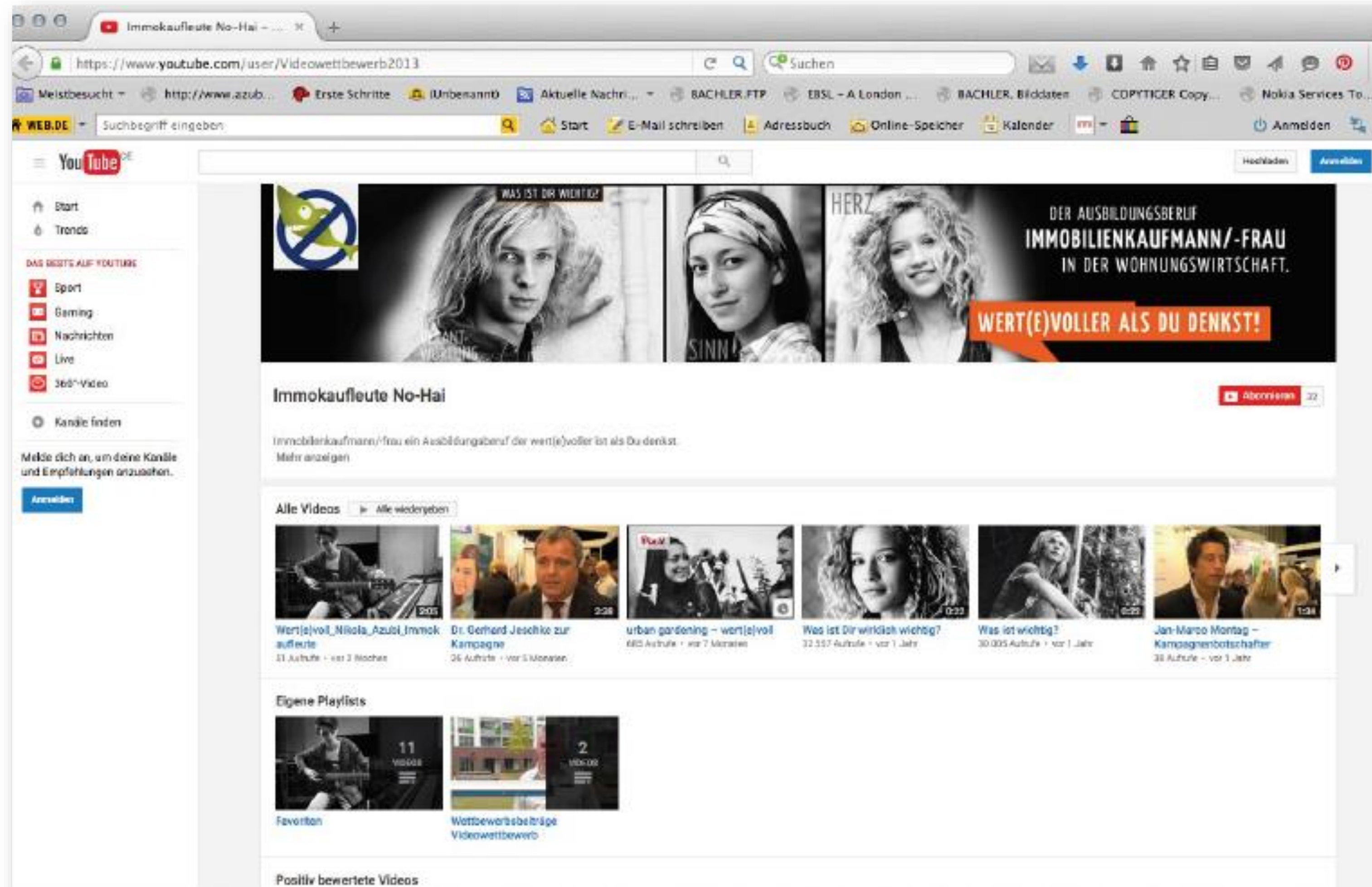
Sehr cool! :) Einfach mal ein komplett anderes Video. Finde ich super, dass du dich jetzt mit dem Thema Beruf beschäftigst! :) Tim

Antworten · 62  

[Alle 8 Antworten anzeigen](#) 



Eigener You Tube Kanal





Empfehlung: Integration bei Bravo.de

- BRAVO.de zählt zu den führenden Content-Portalen für Jugendliche
- Positiver Imagetransfer durch die hohe Markenbekanntheit von BRAVO
- Hohe Glaubwürdigkeit und Akzeptanz in der Zielgruppe
- Nutzer: 10-24 Jahre

The screenshot displays three contest entries on the left and a contest page on the right. The entries are:

- Eintrag 1:** "Gewinne ein „Maschine Mikro“-Programm von Native Instruments für 349 Euro!" (13.10.2015 | 09:02 UHR | BRAVO TEAM). 120 views, 0 likes, 0 comments.
- Eintrag 2:** "Immokaufleute kennen Werte. Gewinne ein Bewerbungs-Outfit!" (29.09.2015 | 16:02 UHR | BRAVO TEAM). 429 views, 4 likes, 0 comments.
- Eintrag 3:** "Gewinnspiel: Triff die Jungs von Tagtraeumer!" (29.09.2015 | 13:42 UHR | BRAVO TEAM). 56 views, 0 likes, 0 comments.

The contest page on the right features a question: "Welcher Star wohnt lieber in Südf Frankreich als in Hollywood?" with four options: A) Ryan Gosling, B) Jennifer Lawrence, C) Selena Gomez, D) Johnny Depp. Below the question is a 2x2 grid of star images labeled A, B, C, and D. The page also includes a registration form with fields for name, address, and email, and a "ABSENDEN" button. At the bottom, it states: "Einsendeschluss ist der 29.11.2015. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen." and "Zu den Teilnahmebedingungen".

Über 280 Einsendungen
1 Gewinner
Zalando-Gutschein in Höhe von
100,- für ein Bewerbungsoutfit



Nutzen für die Unternehmen





Wohnungsunternehmen in Deutschland,
die gute Bewerber suchen, lassen sich
ganz einfach über

DIE AUSBILDUNGSDATENBANK

auf www.immokaufleute.de finden.



Vielfältige individualisierbare Materialien sowie digitale Plattformen und Konzepte für Ihr Personalmarketing



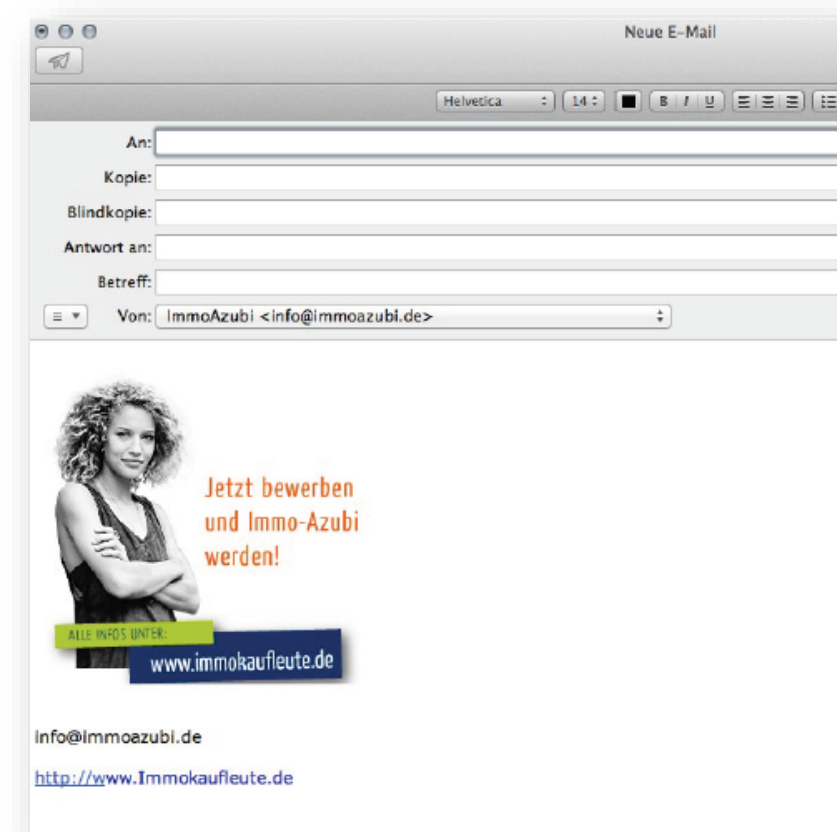
Neuigkeiten aus dem Unternehmen auf der Facebook- oder Twitterseite der Kampagne posten



Stellenanzeigen layouts lassen und auf der Kampagnen-Homepage verlinken



Unterschiedliche Buttons für die eigene E-Mail-Signatur nutzen und auf das Unternehmen als Ausbildungsbetrieb aufmerksam machen



Materialien und Filme der Kampagne aufs eigene Unternehmen branden



Erfolge und Wirksamkeit





Erfolge seit dem Kampagnenstart

- 600 Millionen Sichtkontakte
- 1,1 Millionen Besucher auf der Seite
- Die Beliebtheit des Ausbildungsberufes ist während der Kampagne von Platz 29 auf Platz 16 gestiegen.



Zahlen Flight 1/2015

- 7.3 Mio. Sichtkontakte
- 57 Tsd. Klicks
- Verbesserung der Gesamtklickrate von 0,35% (Flight 2 / 2014) auf sehr gute 0,78%



Flight 1/2015 – Leistungsdaten

- Mobile:
 - 510 Tsd. Sichtkontakte
 - 37 Tsd. Klicks
- Display Video:
 - 640 Tsd. Sichtkontakte
 - 8,6 Tsd. Klicks
- Facebook:
 - 5 Mio. Sichtkontakte
 - 5.5 Tsd. Klicks
- Google:
 - 150 Tsd. Sichtkontakte
 - 2,2 Tsd. Klicks
 - Top Key-Words: „Immobilien Kaufmann“, „Lehrstelle“, „Frei Ausbildungsplatz“
 - sehr gute Klickrate von 1,51%, übertrifft Klickrate von 2014 (1,22%)





Einflussfaktoren bei der Berufswahl

Schülerbarometer 2014

Top 10 der Informationswege	2014	Jungen	Mädchen
Recherche im Internet	46,7%	42,3%	50,8%
Berufsberatung	45,7%	44,4%	47,1%
Praktikum/Ferien-/Sommerjob	43,6%	40,7%	46,4%
Broschüren/Informationsmaterial	40,8%	35,2%	46,3%
Berufsorientierungstage	37,1%	33,8%	40,3%
Vor Ort im BIZ (Berufsinformationszentrum)/Bundesagentur für Arbeit	31,6%	29,9%	33,2%
Messen zum Thema Ausbildung bzw. Beruf	27,1%	24,9%	29,2%
Veranstaltungen/Informationstage an der Schule	21,9%	17,8%	25,9%
Online-Netzwerke/Social Media Kanäle	19,7%	20,0%	19,3%
Gedruckte Berufsplaner/Karrierebücher	19,4%	15,8%	22,9%



Kampagnenvergleich: GdW und Bundesdurchschnitt

Der Bundesdurchschnitt gibt den Wert über alle Branchen (Automobil, Lebensmittel, Technik, etc.) und Zielgruppen in diesem Medium an.

Vermarkter	Werbeträger	Platzierung	Werbemittel	GdW Klickrate	Bundesdurchschnitt (alle Branchen)
Google Inc.	Adwords	Suche	Textanzeigen	1,22%	1% - 2%
Facebook	facebook.de	Run over Network	Bild/Text-Anzeige	0,11%	0,05% - 0,10%
Video	Netzwerk	Deverse	Pre-/Mid Roll	0,97%	0,70%

Quelle: statistische Auswertung von Google, Adserver- und Vermarkterzahlen 2014



Budget und Finanzierung





- Verbände tragen Kosten für die Medienschaltungen in Höhe von insgesamt 120.000 Euro im Verhältnis zur Anzahl der Mitgliedsunternehmen, Messekosten
- GdW finanziert: Website, Bereitstellung der Materialien, Relaunches
- Unternehmen tragen lediglich die Kosten für die individuellen Materialien sowie 100 Euro pro Messebeteiligung



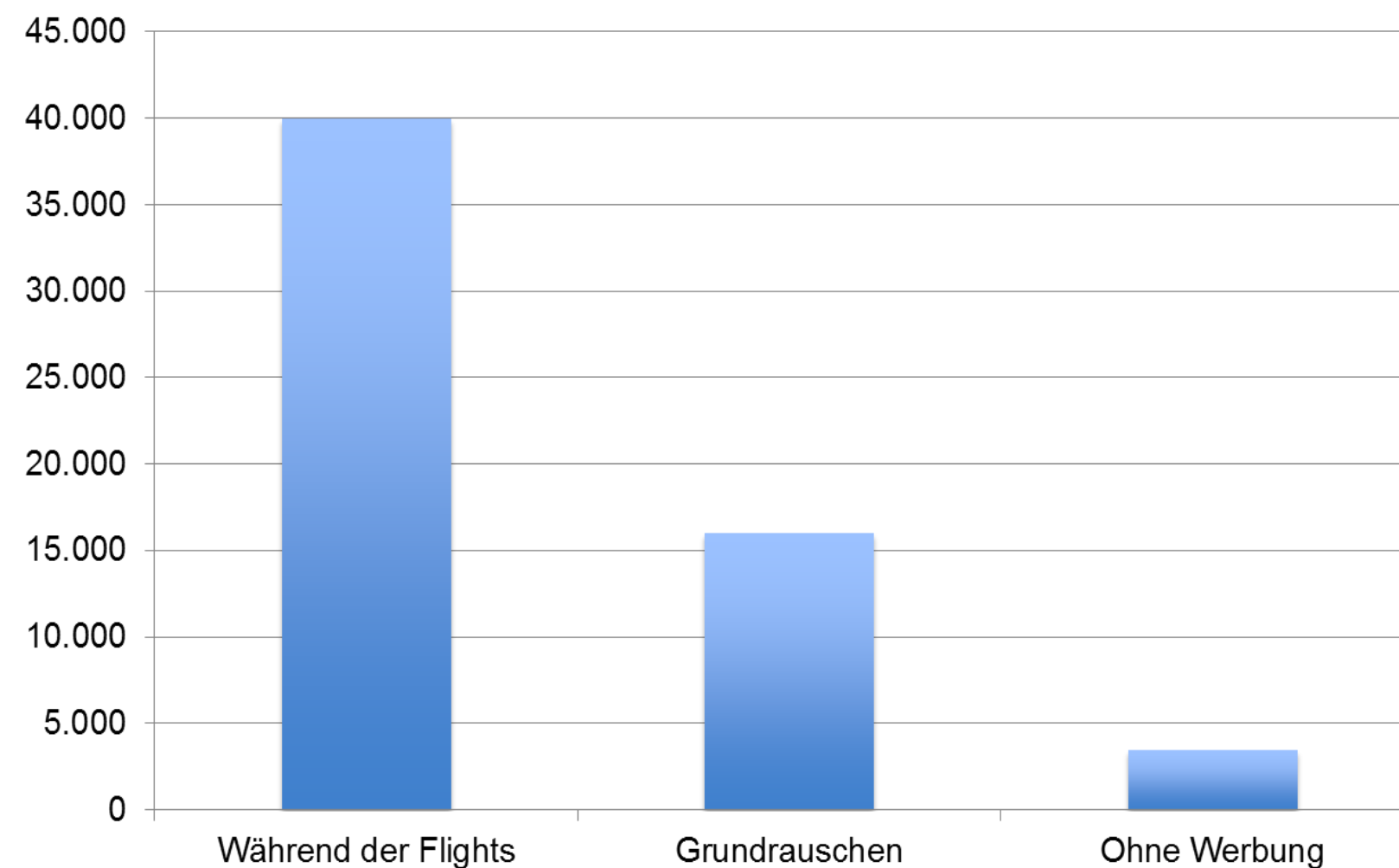
Zukunft der Kampagne?





Traffic während der Ausspielungen

- 200 Tsd. Besuche auf der Homepage jährlich
- während Kampagne: 40.000 Besuche monatlich
- ohne Kampagne: 3.500



IMMOBILIENKAUFMANN/-FRAU
EIN TOLLER BERUF SUCHT TOLLE AZUBIS

WERT(E)VOLL
In der Wohnungswirtschaft geht's um Menschen und Mieter, die möglichst gut wohnen und leben wollen. Dafür engagieren sich Immo-Profis. Kaufmännische Verantwortung, Nachhaltigkeit, umweltschützende Technik sind wichtige Bereiche. Neben dem Wohl des Einzelnen zählt immer auch das Allgemeinwohl. Denn es geht um Nachbarschaften, Quartiersmanagement, das Zusammenleben verschiedenster Menschen, Kultur- und generationsübergreifend. Gut und bezahlbar wohnen wollen schließlich alle, oder?

Fazit: Immo-Profis haben nicht nur einen besonders vielseitigen Beruf, der kaufmännische, soziale, technische, rechtliche und ökologische Aspekte vereint, sondern auch einen besonders sinn- und wert(e)vollen!

Nachhaltigkeit ist mir wichtig.
denn eine kaputte Erde lässt sich nicht REPARIEREN.

HABT IHR MICH VERDIENT?
WERT(E)VOLLER ALS DU DENKST!

MESSETERMINE
Besucht uns live auf der stuzubi.
Düsseldorf: 29.08.2015
Köln: 05.09.2015
Hannover: 26.09.2015
Berlin: 10.10.2015
Hamburg: 14.11.2015

AUSBILDUNGSSUCHE
Ganz aktuell wurde die Datenbank für die Ausbildungssuche komplett überarbeitet. Damit Ihr hier, schnell und unkompliziert, den zu euch passenden Ausbildungsbetrieb finden könnt.
[zur Ausbildungssuche >>](#)

STUZUBI - DIE MESSE
Unsere ImmoProfis sind mit ihrem Infostand auf den Stuzubis deutschlandweit vertreten. Komm vorbei und informier dich. Wir freuen uns.
[zur stuzubi >>](#)
[Zu den Video-Impressionen >>](#)

WELCHE WERTE SIND IN DER WOHNUNGSWIRTSCHAFT WICHTIG?
Zunächst einmal sind Häuser und Wohnungen ganz solide, REALE Werte, klar. Daneben spielen aber auch IDEELE Werte eine große Rolle: beispielsweise soziale Werte - schließlich geht's um Menschen und Mieter, die möglichst gut wohnen und leben wollen. Dafür

Die Wohnungswirtschaft im Westen



**Vielen Dank für die
Aufmerksamkeit.**

