



# IMPULSE ZUR ELTERN- & LEHRKRÄFTE- KOMMUNIKATION

## So erreichst du Eltern und Lehrkräfte im Nachwuchsrecruiting

Wenn du im Nachwuchsmarketing nur die Jugendlichen selbst adressierst, lässt du wertvolles Potenzial ungenutzt: Eltern und Lehrkräfte! Sie haben massiven Einfluss auf die Berufswahl – und genau deshalb solltest du sie aktiv einbinden.

Hilfreiche Tipps und Anregungen zur Umsetzung findest du in dieser Übersicht.



# BETRIEBSFÜHRUNGEN FÜR ELTERN



persönliche Bindung

stärkt Vertrauen

## Warum?

- direkter Einblick baut Vertrauen auf und kann mit Vorurteilen aufräumen
- persönlicher Kontakt wird gerade von einer älteren Zielgruppe stark geschätzt

## Wie?

- inhaltlicher Fokus auf Sicherheit, Entwicklungsmöglichkeiten und Unternehmenskultur
- elternfreundliche Termine & Uhrzeiten
- Kombi-Formate für Kind & Eltern

# SOCIAL MEDIA MULTIKANÄLE



niedrigschwellig

save- & shareable

## Warum?

- niedrigschwelliger Kommunikationskanal für Austausch und Information
- gerade regionale Angebote können gute Reichweiten erzielen

## Wie?

- bewusste Ansprache der Multiplikator:innen mit Rücksicht auf deren Sehgewohnheiten
- Optimieren auf saveable & shareable Content
- Lehrkräfte oder Lehrkräfte-Influencer:innen als Peer-to-Peer Testimonials nutzen

# SCHULMAILINGS



nachhaltige Wirkung

Regionalität

## Warum?

- Lehrkräfte beraten Schüler:innen individuell bei der Wahl von Beruf, Ausbildung oder Studium.
- Sie kennen die Stärken und Interessen ihrer Schüler:innen und können gezielt unterstützen.
- Neben Berufsorientierungsangeboten begleiten sie den gesamten Entscheidungsprozess.

## Wie?

- direkte persönliche Ansprache mit inhaltlich abgestimmten Mailings & erpropten Verteilern
- regionale Ansprache und individuell passend zur Schulform
- direkter CTA zur Weitergabe an die Schüler:innen



Weitere Informationen zu Schulmailings

# PIXIBÜCHER

nachhaltige Wirkung

Greifbarkeit



## Warum?

- **Niedrigschwelliger Zugang:** kompakt, leicht verständlich; sie eignen sich gut, um auch bildungsferne bzw. wenig engagierte Eltern zu erreichen
- **Frühe Ansprache ist sinnvoll:** Hauptzielgruppe eher jüngere Kinder, aber: Frühe Berufsorientierung unterstützt ein langfristiges Bewusstsein für Zukunftsthemen – zudem profitieren oft auch ältere Geschwisterkinder im Haushalt.

## Wie?

- **Kindgerechte Berufseinführung:** Den Ausbildungsberuf einfach, spannend und altersgerecht erklären – z. B. über eine kindliche Hauptfigur mit Bezug zur Tätigkeit.
- **Frühzeitige Planung:** Entwicklung dauert 6 bis 8 Monate
- **Vertrieb und Lagerung:** Mindestabnahme von 30.000 Stück mitbedenken

# DIGITALE ELTERNABENDE



Funnelkommunikation

digitaler Austausch

## Warum?

- fördert Vertrauen und Transparenz mit niedriger Hürde (keine Anreise)
- Raum für Austausch & Fragen

## Wie?

- elternfreundliche Termine & Uhrzeiten
- kurze & klare Struktur
- Raum für Austausch geben via Live-Chat oder moderierte Q&A-Session
- Vor-und Nachkommunikation via E-Mail

# LEHRMATERIAL & SCHULVIDEOS

praxisnahe Schulstunde

BO mit Mehrwert

## Warum?

- aktuelle, praxisnahe Inhalte für Schulstunden
- Positionierung als Partner:innen für Berufsorientierung und Bildung in der Schule

## Wie?

- lehrplankompatible und neutrale Inhalte mit Mehrwert
- anschauliche Formate z. B. Videos, Quiz-Formate mit Lehrkräftehandreichung
- Bezug zur Lebensrealität der Jugendlichen schaffen



Hier geht es zum Beispielvideo



**Lehrkräftehandreichung:  
Videos der Ausbildungsbotschafterinnen  
und Ausbildungsbotschafter**

Alle Informationen und Videos zu den Ausbildungsbotschafter:innen finden Sie unter diesem QR-Code.



Hinweis:  
In diesem Dokument befinden sich zahlreiche QR-Codes, die auf digitale Inhalte (Podcasts, Videos, PDFs) verlinken. Um den gewünschten QR-Code zu scannen, ist es hilfreich die umliegenden Codes abzudecken.

**INHALTSVERZEICHNIS**

- 1. Einleitende Darstellung des Unterrichtsvorhabens ..... 2
- 2. Kompetenzziele ..... 2
- 3. Was steckt hinter dem Projekt? ..... 2
- 4. Informationen zu den Videos ..... 3
  - 4.1 Aufbau der Videos ..... 3
  - 4.2 Zugang und weiterführende Informationen zu den einzelnen Videos ..... 3
- 5. Impulse und Unterrichtsinhalte ..... 5
  - 5.1 Einstieg in die Unterrichtseinheit ..... 5
  - 5.2 Grundwissen zum Thema duale Ausbildung ..... 6
  - 5.3 Integration der Videos in den Unterricht ..... 6
  - 5.4 Abschluss der Unterrichtseinheit ..... 7
- 6. Weitere Informationen für Schüler, Schülerinnen und Lehrkräfte ..... 7
  - 6.1 Informationen zu den Schulbesuchen ..... 7
  - 6.2 Informationen zur Ausbildungsplatzsuche in Berlin ..... 8
  - 6.3 Weitere Angebote der Industrie- und Handelskammer ..... 8
- 7. Absender und Kontakt ..... 8





# #NACHWUCHSMARKETING: WEITERE WISSENSNACKS



 Theresa  
3 Min. Lesezeit

## Interview | Lohnt sich die Ansprache von Lehrkräften und Eltern?

Eltern und Lehrkräfte als Multiplikator:innen im Berufsorientierungsprozess: Welche Kanäle wirken am besten, und lohnt sich der Aufwand?



 Laura  
2 Min. Lesezeit

## 5 Tipps für eine bessere Social Media- Videoproduktion

Du willst, dass deine Social Media-Videos endlich mehr Aufrufe generieren? Dann bist du hier genau richtig!



 Julia  
3 Min. Lesezeit

## Azubivideos für den Berufsorientierungsunterric ht

Von Handel bis Handwerk – Videos mit Azubis eignen sich perfekt für den BO-Unterricht. Diese Bausteine dürfen in Azubivideos nicht fehlen.



 Tabea  
3 Min. Lesezeit

## 5 Qualitätsmerkmale, die deine Azubi-Kampagne erfüllen muss

Azubi-Suche leicht gemacht. Wir verraten dir, worauf du achten musst, damit deine Kampagnen zum vollen Erfolg wird.



# LET'S GET IN TOUCH

*Dieses Whitepaper basiert auf dem meetomePRO-Webinar vom 18. Juni 2025.*

Du möchtest mehr über erfolgreiche Multiplikatorenansprache wissen oder benötigst Unterstützung bei der Umsetzung?

👉 [www.meetome.de](http://www.meetome.de) | [team@meetome.de](mailto:team@meetome.de) | @meetomegmbh auf LinkedIn



## Marry-Joy Uher

Head of Agency

[marry-joy@meetome.de](mailto:marry-joy@meetome.de)

+49 151 26043299

## Über meetome

Bei meetome findest du die Expert:innen für digitale Multichannel-Kampagnen für Schul-, Auszubildenden- und Studierenden-Marketing.



Vernetze dich mit Marry auf LinkedIn.



Folge uns auf LinkedIn und verpasse keine meetome-Insights und HR-Branchennews.



Tausche dich mit meetome zur Berufsorientierung und deiner Nachwuchsmarketingstrategie aus.



Entdecke unsere Website unter [www.meetome.de](http://www.meetome.de).