



Azubimarketing & Gen Z Recruiting mobil, visuell, intuitiv.

Jugendliche suchen Ausbildungsstellen per Smartphone, möglichst schnell und intuitiv. Apps wie swappz passen also zum Mediennutzungsverhalten der aktuellen Generation. Man erhält darüber direkten Zugang zur Zielgruppe: Schüler:innen sehen Berufe, Unternehmen und Praktika in ihrer Region. Recruiting wird zu einem Dialog auf Augenhöhe – niedrigschwellig und modern. Ziel ist es, Sichtbarkeit für Unternehmen zu schaffen und Jugendlichen echte Orientierung zu bieten.

Methoden und Ansätze

1. Social Recruiting-Ansatz

- **Denken wie TikTok:** Inhalte sollen unterhalten, überraschen oder inspirieren – weg von klassischen Imagevideos
- **Mobile First:** Alles muss auf dem Smartphone schnell und intuitiv erfassbar sein

2. Authentische Einblicke

- **Azubis als Creator einbinden:** Formate wie „Ein Tag als...“, „3 Fragen an...“, „Mein Ausbildungsweg“
- **Einfache Produktion:** 15–60 Sekunden, Hochformat, Smartphone-Kamera genügt

3. Swipe-Prinzip

- **Jugendliche “wischen” sich durch Unternehmensprofile:** Ein Algorithmus passt Inhalte an deren Interessen an

Einführung von swappz im Unternehmen

Planung

- HR / Ausbildungsleitung: Inhalte für App planen und Bewerbermanagement planen
- Marketing / Social Media: Texte, Bilder, Grafiken zur App-Integration gestalten
- Geschäftsführung: Budget freigeben, Strategie mit Fokus auf Fachkräftesicherung und Arbeitgeberimage abstimmen

Umsetzung

- Unternehmensprofil und Ausbildungsplätze anlegen
- Authentische Kurzvideos produzieren, über QR-Codes, Schulpartnerschaften und eigene Website bewerben

Optimierung

- Auswerten, wie viele Matches und Bewerbungen entstehen
- Inhalte gezielt anpassen, z. B. neue Videos zum Azubi-Alltag

Vergleich mit klassischer Bewerbung

klassisch	per App
lange Formulare, viel Aufwand	Kurzvideo + Swipen = schnelle Bewerbung
Streuverluste und unpersönlich	die Zielgruppe erkennt sich wieder im Tool
wenig direkte Ansprache	Begegnung auf Augenhöhe via Chat und Video

Tipps



1. Keep it real:

Einfache Videos mit echten Azubis funktionieren besser als Hochglanz-Clips

2. Azubis einbinden:

Content Creation als Azubi-Projekt steigert Identifikation und Qualität

3. Aktualität zählt:

Neue Clips und Stellen regelmäßig einpflegen – der Algorithmus “lebt” davon

4. Netzwerke nutzen:

Schulen, Agentur für Arbeit oder Wirtschaftsförderung einbinden

Stand: Juli 2025

Gefördert durch: