

# Teilnahme-Tipps

## Fragen und Antworten



**Welche Unternehmen können sich beteiligen? Wie ist der Ablauf, wie kann man sich anmelden? Was sollten Unternehmen an den CHECK IN Days beachten?**

Das „eine Erfolgsrezept“ die für Teilnahme, Vorbereitung und die Durchführung gibt es nicht. Die CHECK IN Unternehmen der Vorjahre haben unterschiedlichste Wege zur erfolgreichen Teilnahme entwickelt.

### 1 Für welche Unternehmen eignet sich CHECK IN Berufswelt?

Alle Unternehmen, die Praktika, Ausbildungsplätze und/oder duale Studiengänge anbieten, können und sollten teilnehmen.

### 2 Wie können sich die Unternehmen beteiligen?

Unternehmen melden ihre Teilnahme an und präsentieren in den Online- und Printmedien der Aktion ihre Angebote. An einem der CHECK IN Days öffnen die Betriebe und Institutionen ihre Türen. Interessierte Jugendliche lernen an diesen Tagen Arbeitgeber und den beruflichen Alltag kennen und kommen mit aktuellen Auszubildenden und künftigen Auszubildenden ins Gespräch.



Der Basis-Teilnahmebeitrag beträgt 100 € zzgl. MwSt. Erweiterte Teilnahmepakete mit Unternehmensporträts oder Anzeigen im Schülermagazin sowie Angebote zur Außenwerbung können darüber hinaus gebucht werden. Mindestens empfohlen wird das Teilnahmepaket 3 (siehe Mediadaten), mit dem teilnehmende Unternehmen in allen CHECK IN Medien präsentiert werden.

### 3 Was geschieht nach der Anmeldung?

Das CHECK IN Organisationsbüro übersendet Ihnen per E-Mail das erste Teilnahmepaket mit dem Aktionslogo, einem Webbanner sowie Zu-

gangsdaten zu Ihrer Seite innerhalb der CHECK IN Homepage. Jedes teilnehmende Unternehmen erhält eine eigene Seite. Außerdem wird die Teilnahme in der Facebook-Präsenz der Aktion gepostet. Die Unternehmen werden gebeten, das Aktionslogo und das Webbanner in E-Mails, auf der eigenen Homepage und intern zu verbreiten.

Mit dem zweiten Teilnahmepaket erhalten Sie die Handzettel und Ankündigungsplakate zur frühzeitigen Bewerbung der Aktion.

### 4 Welche Jugendlichen/Interessenten werden angesprochen?

CHECK IN Berufswelt richtet sich in erster Linie an Schülerinnen und Schüler der Jahrgangsstufen 9-13 aller Schulformen. Jugendliche der Jahrgangsstufe 8 sind aber ebenso willkommen wie Studierende, die eine duale Ausbildung bzw. ein duales Studium anstreben.

### 5 Wie werden die Schülerinnen und Schüler angesprochen?

CHECK IN informiert die Lehrerschaft in Infoveranstaltungen sowie durch online- und Printmedien über die Inhalte und die Durchführung.

Die 2-seitigen CHECK IN Nachrichten werden den Schulen zur Verfügung gestellt. Die Studien- und Berufswahlkoordinatoren an den Schulen fungieren dabei als Multiplikatoren.

Die Lehrerschaft bindet die Infomaterialien in den Unterricht zur Berufsorientierung ein. Das CHECK IN Magazin, die integrierten Stadtpläne und die Homepage werden häufig als Unterrichtsmaterial eingesetzt.

Darüber hinaus sorgen die Berater der Arbeitsagenturen, der Industrie- und Handelskammer und der Kreishandwerkerschaft bei ihren Besuchen in den Schulen für die breite und direkte Ansprache der Jugendlichen.

### 6 Welchen Anreiz haben Schulen, sich an der Aktion zu beteiligen?

Schulen stehen bereits heute im Wettbewerb zueinander. Qualitätsmerkmale der einzelnen Bildungseinrichtungen spiegeln sich in Schulprofilen wider. Ein wichtiges Bewertungskriterium ist die frühzeitige Integration der Berufsorientierung in

den Unterricht. CHECK IN Berufswelt ist für Schulen ein wichtiger Baustein in diesem Bereich. Schulen, die sich in besonderer Weise für die Nachwuchs-Initiative engagieren, werden mit dem Qualitätssiegel „CHECK IN-Schule“ ausgezeichnet.

### 7 Wie können Unternehmen die Besucherzahlen beeinflussen?

Durch breite Öffentlichkeitsarbeit! Eine interessante Darstellung des Unternehmens und der Ausbildungsangebote in den CHECK IN Medien ist ein wichtiger Faktor. Porträts im CHECK IN Magazin werden häufig in den Unterricht eingebunden.

Aber auch die firmeninterne Kommunikation sollte nicht zu kurz kommen. Dabei spielt die Information der eigenen Mitarbeiter eine wichtige Rolle. Das Beilegen der CHECK IN Handzettel zur Inhaltsabrechnung wäre eine Möglichkeit. Jeder Mitarbeiter hat Familienmitglieder, Freunde und Bekannte und in deren Umfeld Schülerinnen und Schüler der gesuchten Altersgruppe. Weitersagen ist in diesem Fall ausdrücklich erwünscht.

### 8 Wie sollte man den CHECK IN Day gestalten?

Einen verpflichtenden Leitfaden gibt es nicht. Grundsätzlich gilt: So praxisnah wie möglich. Bewährt haben sich alle Formen, bei denen die Jugendlichen aktiv eingebunden werden, selbst Hand anlegen oder hinter die Kulissen blicken können.

Viele Unternehmen haben mit der Einbindung der eigenen „Azubis“ am Veranstaltungstag gute Erfolge erzielt. Azubis und interessierte Jugendliche sprechen die „gleiche Sprache“.



Ebenso wichtig ist die „äußere“ Kennzeichnung als teilnehmendes Unternehmen. Plakate, Wegweiser, Fahnen, Beachflags und ähnliche Werbemittel helfen bei der Auffindung des Veranstaltungsortes.

Übrigens: Häufig werden die Schülerinnen/Schüler an den Veranstaltungstagen von ihren Eltern begleitet. Ein gastfreundliches Mineralwasser oder eine Tasse Kaffee verkürzen dabei die Wartezeit.

### 9 Wer kann uns beraten?

Das CHECK IN Organisationsbüro steht Ihnen gerne für alle Fragen rund um die Aktion zur Verfügung. Ebenso sind alle Initiatoren bei der erfolgreichen Umsetzung der CHECK IN Berufswelt in Ihrem Unternehmen gerne behilflich.