

Tinder für Ausbildungsplätze

Die regionale App „Bridge“ stellt die Verbindung von Unternehmen und Auszubildenden her

Manchmal entstehen die besten Ideen, wenn die richtigen Menschen zusammenkommen. So war es auch am Anfang der Bridge-App. Johannes Haschke, Artjom Bossert, Fabian Linhardt und Christian Wedlich saßen zusammen und machten sich Gedanken über den Ausbildungsmarkt der Zukunft. Denn der, darin waren sie sich einig, unterliegt einem dramatischen Wandel.



Artjom Bossert, Fabian Linhardt und Johannes Haschka sind drei der vier Gründer der App „Bridge“.

Auf der einen Seite sind der demografische Wandel mit immer weniger jungen Menschen und deren immer größerem Streben nach einem Studium, auf der anderen Seite auch das Medienverhalten der Zielgruppe, die in den nächsten Jahren auf den Arbeitsmarkt zukommt. Denn: Mit Zeitungsanzeigen oder Prospekten, mit Angeboten am viel zitierten Schwarzen Brett sind diese jungen Menschen der Generation A nicht mehr zu erreichen.

Schnell war klar, wie und wo man diejenigen, die nach 2010 geboren worden sind, finden kann: Multimedial und über Apps, am Smartphone und mit möglichst einfachen Mitteln. „Wir waren uns einig: Nur so kann es gelingen, junge Menschen für Ausbildungsberufe

zu begeistern“, so das kreative Team, das diese bundesweit einzigartige App neben ihren jeweiligen beruflichen Herausforderungen entwickelt hat.

So programmierten sie die App Bridge als regionales Portal für die Vermittlung von Ausbildungsplätzen und Praktikumsstellen. 130 Unternehmen präsentieren dort aktuell das, was sie jungen Menschen zu bieten haben. Diese können mit einem Wisch über das Smartphone entscheiden, ob sie Interesse haben – oder eben nicht. Daraus entsteht – man kennt das von anderen Portalen – im besten Fall ein Match zwischen

dem Interessenten und dem Unternehmen – alles über die App, alles möglichst einfach und unkompliziert.

Verbesserte Version

Seit drei Jahren läuft das Projekt schon und kommt jetzt aus der ersten Projektphase heraus. „Wir starten mit einer überarbeiteten Version, in die viele Verbesserungsvorschläge eingeflossen sind“, sagt Johannes Haschke. Erfahrungen haben sie gesammelt – sowohl im Gespräch mit den Nutzern als auch mit den Lehrkräften – und diese integriert. „Es hat sich gezeigt, dass das Interesse von

jungen Menschen für diese Lösung extrem hoch ist“, berichtet Fabian Linhardt von zahlreichen Schulbesuchen in den relevanten Jahrgangsstufen. Auf der anderen Seite müssten sich die Unternehmen auf diese neue Art der Kommunikation einstellen. „Wir haben auf jeden Fall einen Mehrwert für die Region geschaffen“, sind sich die vier Initiatoren einig. „Wir machen die Unternehmen und ihre Ausbildungsplätze sichtbar und vermitteln ganz konkrete Kontakte.“ Und das einfach und unkompliziert, indem die gesamte Kommunikation über die App abgewickelt werden kann.

Per Swipe zum Karrierestart

Viele kennen das von anderen Portalen: Wischen nach links: will ich nicht. Wischen nach rechts: interessiert mich. Was bei Tinder und Co längst zum Alltag geworden ist, gibt es bei der Bridge-App auch für Ausbildungsplätze: Per Swipe zum Match – mit dem Unterschied, dass statt dem Date daraus im besten Fall eine lebenslange Karriere wird.

Unternehmen präsentieren sich und ihre Ausbildungsplätze in der Bridge-App. Dabei sind die Informationen zunächst bewusst knapp gehalten, beschränken sich auf ein paar wesentliche wie Ausbildungsdauer, Vergütung, Arbeitszeit und Starttermine. Weitere Informationen zum Ausbildungsberuf und dem Unternehmen sind hinterlegt und können jederzeit abgerufen werden.

Die zukünftigen Auszubildenden können in der für sie kostenlosen App ihre persönlichen Daten eingeben und Unterlagen wie Zeugnisse oder Fotos hinterlegen – eine digitale Bewerbungsmappe quasi. Mit verschiedenen Filtern können sie die für sie geeigneten Ausbildungsplätze selektieren. Und dann geht es los: Wandert der Ausbildungsplatz

nach links, ist er weg. Wandert er nach unten, wird er für weitere Überlegungen „geparkt“, wandert das Angebot nach rechts, bekommt das Unternehmen automatisch eine Nachricht, dass sich jemand für den Ausbildungsplatz interessiert.

Und dann kann es zum Match kommen, denn das Unternehmen kann anhand der hinterlegten Daten prüfen, ob der Interessent als potenzieller Auszubildender in Frage kommt. Wenn ja, gibt es ein Match, und der Interessent kann direkt über die App kontaktiert werden – schriftlich, per Video-Call oder mit einer Einladung zum persönlichen Gespräch. Allein im vergangenen Jahr gab es über die Bridge-App fast 450 solcher Matches, bei denen Unternehmen mit Nachwuchskräften direkt in Kontakt gekommen sind.

Mit der überarbeiteten Version startet die App jetzt in die nächste Phase. Für die jungen Menschen wird die App weiterhin kostenlos sein, für Unternehmen wird ein Beitrag von 49 Euro im Monat aufgerufen – angesichts des allgemeinen Aufwandes bei der Azubiwerbung ein lohnender Invest.

www.bridge-app.de

Ran an die Generation A

Veranstaltung zu wegweisenden Ausbildungsstrategien für die digitale Generation am 18. Juli 2024

Eine neue Generation steht an der Schwelle in die Arbeitswelt: Die sogenannte Generation A. Doch wie ticken die jungen Menschen, die ab 2010 geboren wurden? Welche Techniken nutzen sie und wie können Unternehmen sie erreichen?

Darum geht es bei einer Veranstaltung am Donnerstag, 18. Juli 2024, von 13.30 bis 17 Uhr im Reichshof in Bayreuth, zu der Stadt und Landkreis Bayreuth in Zusammenarbeit mit der Bewerbungs-App Bridge, Stay

in Bayreuth, der IHK, der Handwerkskammer für Oberfranken, Personet, dem Arbeitskreis Schule Wirtschaft Bayreuth sowie dem Nordbayerischen Kurier einladen.

Die Kommunikation für Unternehmen, um mit jungen Menschen in Kontakt zu kommen, unterscheidet sich grundlegend von vorherigen Generationen. Denn: Sie nutzen primär digitale Plattformen und soziale Medien, um nach Ausbildungsstellen zu suchen. Und das tun sie vorwiegend auf dem Smartphone. Außerdem legen sie Wert auf die Meinung anderer und wollen

auch in Bewerbungsprozessen interaktive und innovative Elemente.

Doch wie können diese neuen Kommunikationswege aussehen? Bei der Veranstaltung wird die Generation A aus verschiedenen Blickwinkeln beleuchtet. So gibt es einen aktuellen Überblick über die Ausbildungssituation in Oberfranken. In einer Keynote wird Professor Johannes Siebert im Rahmen von KLU Gentscheiden über die Schlüsselkompetenzen für eine gute Berufs- und Studienwahl berichten. Anschließend stellen die beteiligten Partner ihre Neuigkeiten und Möglichkeiten vor, um

Unternehmen bei der Suche nach Auszubildenden zu unterstützen.

Die Veranstaltung ist für Unternehmen, Lehrer und interessierte Eltern gleichermaßen gedacht. Die Teilnahme ist kostenlos. Eine Anmeldung ist über den QR-Code möglich.

Hier kostenlos anmelden:

