

WERBEUMSATZ IM AUSBILDUNGSMARKT

Ausgewählte Ergebnisse der jule-Umfrage

Oktober 2019

**Zur Umfrage
„Werbeumsatz im
Ausbildungsmarkt“
der jule : Initiative
junge Leser GmbH**

Zeitungen geben in ihren Rubrikenmärkten seit jeher Orientierung bei der Entscheidung für einen Ausbildungsberuf. Seit einigen Jahren ergänzen in vielen Verlagen weitere Produkte wie Ausbildungsmagazine und Videoportale das Portfolio und informieren die junge Zielgruppe nutzerzentriert.

In den vergangenen Monaten haben einige Verlage zudem Erfahrungen im Bereich der Live-Kommunikation mit Ausbildungsplatzsuchenden (Azubi-Speed-Dating, hauseigene Ausbildungsmessen) gemacht.

Die vorliegende Umfrage liefert eine Bestandsaufnahme der verschiedenen Angebote. Zur Umfrage eingeladen wurden Produkt- und Projektverantwortliche aus deutschen Tageszeitungsverlagen, die entsprechende Produkte im Ausbildungsmarkt haben. 18 Verlage haben teilgenommen.

Die Umfrage schließt außerdem an den ersten Workshop „Werbeumsatz mit Ausbildungsthemen“ an, den das jule-Team im Frühjahr 2019 organisiert hat – rund 30 produkt- und projektverantwortliche Netzwerker waren vor Ort.

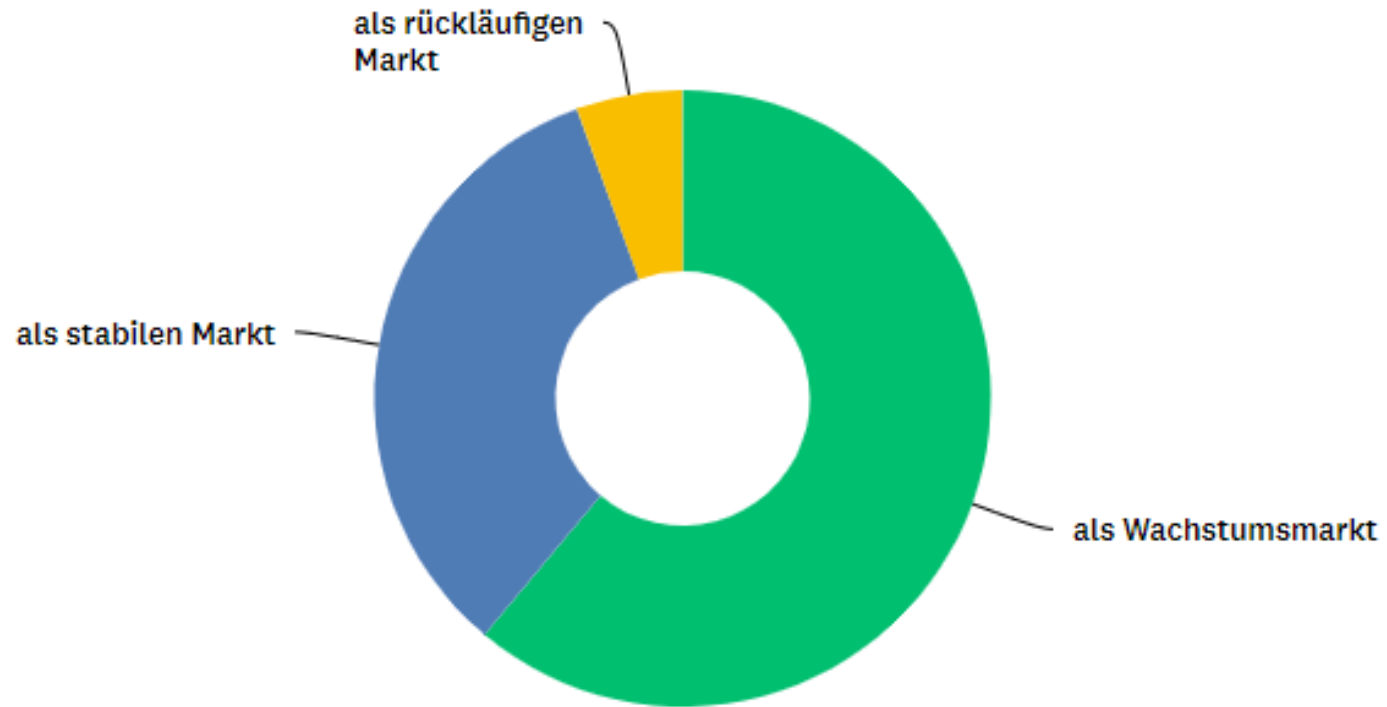
Zentrale Ergebnisse

- **Marktwachstum:** Mehr als 60 Prozent der Verlage haben den Ausbildungsmarkt als wachsenden Markt identifiziert, ein Drittel schätzt den Markt als stabil ein.
- **Produkte:** 17 (94 %) der befragten Verlage geben ein Ausbildungsmagazin/eine Ausbildungsbeilage heraus (94 %), 4 Verlage (77 %) ein Ausbildungsspecial in der Tageszeitung, 11 (60 %) haben ein Ausbildungsportal / Videoportal, 5 (28 %) bieten Live-Kommunikation (Ausbildungsmessen oder Azubi-Speed-Dating).
- **Social Media:** 11 Verlage (rund 61 %) bieten ihren Kunden Reichweite in sozialen Netzwerken an.
- **Vermarktung:** Sie erfolgt in aller Regel über den klassischen Anzeigenverkauf (39 %) bzw. das Stellenmarktteam (28 %).

Zentrale Ergebnisse

- **Innovationen:** Zwei Drittel der befragten Verlage wollen ihr Angebotsportfolio rund um den Ausbildungsmarkt erweitern und arbeiten bereits an neuen Produkten und Ideen.
- **Größte Herausforderungen:** Hier werden werden mehrheitlich die Ansprache der „Primärzielgruppe Ausbildungsplatzsuchende“ sowie die Entwicklung eines überzeugenden digitalen Angebots beschrieben.
- **Stichwort Workshop:** Der überwiegende Teil der Befragten will sich im Frühjahr 2020 zu einem zweiten Schwerpunktworkshop „Werbeumsatz im Ausbildungsmarkt“ treffen.

Wenn Sie auf die vergangenen drei Jahre zurückblicken: Wie beschreiben Sie für Ihr Haus den Ausbildungsmarkt?



| ANTWORTOPTIONEN | BEANTWORTUNGEN |
|------------------------|----------------|
| als Wachstumsmarkt | 61,11% 11 |
| als stabilen Markt | 33,33% 6 |
| als rückläufigen Markt | 5,56% 1 |
| GESAMT | 18 |



Thorsten Merkle
Geschäftsführer

merkle@junge-leser.org
05139 - 98 44 50

jule : Initiative junge Leser GmbH

www.junge-leser.org
www.junge-leser.info