

Ausbildungsmarketing mit TikTok

Ausbildungsalltag und Unternehmenskultur erlebbar machen

TikTok zählt zu den beliebtesten Plattformen der Generationen Z und Alpha und ist ein wichtiger Kanal für modernes Ausbildungsmarketing. Mit über 10 Millionen Nutzer:innen in Deutschland erreichst du junge Talente direkt über kreative Kurzvideos.

Kanal erstellen

- Lade die TikTok-App aus dem App Store oder bei Google Play herunter.
- Registriere dich mit deiner Email-Adresse, Telefonnummer oder einem bestehenden Social-Media-Konto.
- Tippe auf das Profilsymbol, öffne über die drei Punkte die Einstellungen und wähle unter „Konto verwalten“ die Option „Auf Business-Konto umstellen“. Das ist kostenlos, aber wegen der Impressumspflicht sowie für den Zugriff auf lizenzfreie Sounds erforderlich. Kosten entstehen nur, wenn du bezahlte Werbung schaltest.
- Füge ein professionelles Foto hinzu und verfasse eine ansprechende Kurzbeschreibung für dein Unternehmen und deine Ausbildungsangebote für deine Profilseite (Bio).
- Verlinke deine Karriere-Website und andere Social Media Kanäle.

Formate und technische Spezifikationen

- Poste ausschließlich **vertikale Kurzvideos** von 15 bis 60 Sekunden (9:16).
- Organische Videos (also reguläre, unbezahlte Beiträge) können bis zu 10 Minuten dauern. Anzeigen (bezahlte Werbevideos) sollten hingegen 21 bis 31 Sekunden lang sein.
- TikTok ist eine **“Sound-On“-Plattform**. Hintergrundmusik und guter Ton sind essenziell.
- Einzigartige und unterhaltsame Clips können ohne große Followerzahlen tausende Menschen erreichen.

Inhalte und Strategie

- **Authentizität vor Perfektion:** Echte Einblicke in den Ausbildungsalltag wirken glaubwürdiger als Hochglanzbroschüren.
- **Storytelling:** Starte mit einer klaren Botschaft, um Weiterscrollen zu verhindern.
- **“Ein Tag als Azubi”** liefert greifbare Einblicke in den Ausbildungsalltag und Projekte
- **Q&A-Sessions:** Fragerunden beantworten alle Fragen zum Bewerbungsprozess.
- **Challenges:** Nimm an aktuellen Trends und Mitmach-Aktionen teil und steigere deine Sympathie.
- **Benefits:** Sprich Gehalt, Firmen-iPad und Übernahmechancen direkt an.

Chancen

- Mit TikTok erreichst du junge Menschen, die nicht aktiv suchen, aber empfänglich sind.
- Du kannst deine Unternehmenskultur und Werte erlebbar machen.
- Gute Clips können ohne großes Budget hohe organische Reichweite generieren.
- Du zeigst, dass auch in stressigen Berufen Zeit für Spaß bleibt.

Risiken

- Zu hohe Erwartungen: Tiktok-Clips führen nicht zu einem direkten Anstieg an Bewerbungseingängen.
- TikTok bindet **Zeit** und **Ressourcen**. Plane dies mit ein.
- Ein **leerer Kanal** kann deinem Image schaden.
- Bei der Verwendung von Sounds muss das **Urheberrecht** beachtet werden.

Reichweite, Interaktion und Passgenauigkeit

- Nutze relevante **Hashtags** wie **#Ausbildung**, **#Azubigesucht**, **#Azubilife**, **#Karrierestart** und **#Dayinmylife**, um deine Sichtbarkeit zu erhöhen.
- **Community** Management: Antworte auf Kommentare mit einem Video und beeinflusse so den Algorithmus.
- **Ads**: Nutze kostengünstige Werbeanzeigen für **gezielte Ansprache nach Interessen und Alter**.

Dos

- Binde deine Azubis als glaubwürdige **Markenbotschafter:innen** ein.
- Achte auf eine gute **Tonqualität**, um Nutzer:innen nicht abzuschrecken.
- Erstelle einen groben Kommunikationsplan für **regelmäßigen Content**.
- Kommuniziere Themen wie **Gehalt**, **Arbeitsalltag**, **Benefits** und **Übernahmechancen**.

Dont's

- Wie **Werbung** wirken: Selfie-Videos funktionieren besser als Werbespots.
- Sich **verstellen**: Wenn TikTok nicht zu deiner Unternehmenskultur passt, wirkt es schnell unauthentisch.
- **Datenschutz ignorieren**: Kläre die Nutzung vorab mit deiner/deinem Datenschutzbeauftragten und dem Betriebsrat.

Stand: Jun 2026



Lust auf mehr?
Weitere spannende
Angebote findest du
auf netzwerkq.de.



BWHW
BILDUNGSWERK

Gefördert vom:



Bundesministerium
für Bildung, Familie, Senioren,
Frauen und Jugend