

## Pressemitteilung

### **Ausbildungsmarketing: Schul-App Scoolio bietet erste direkte Leadgenerierung**

#### **Gamification verbindet ausbildende Unternehmen mit der Generation Z**

**Dresden, 16.02.2021** – Aufgrund negativer Homeschooling-Erfahrungen erwägt jeder dritte deutsche Schüler zwischen 15 und 18 Jahren, die Schule eher als geplant zu beenden, um eine Lehrstelle anzutreten. Das ergab eine Umfrage der größten deutschen Schüler-Community Scoolio. Doch das wachsende Problem unbesetzter Lehrstellen wird dadurch allein nicht gelöst.

Die Ursachen dafür lägen vielmehr in veralteten Denk- und Kommunikationsmustern, sagt Scoolio-Gründer Danny Roller. „Viele Unternehmen und Verbände tun sich sehr schwer, die Generation „Mobile First“ zielgruppengerecht über Ausbildungsberufe und freie Lehrstellen zu informieren.“

Die mit 1,4 Mio. angemeldeten Nutzern erfolgreichste deutsche Schul-App will hier mit einer Gamification-Lösung Abhilfe schaffen. Gleichzeitig bietet sie Unternehmen die erste direkte Leadgenerierung für ihr Ausbildungsmarketing.

#### **Tinder für Ausbildungsplätze: Intuitive Berufsorientierung durch Job Game**

Grundlage für die direkte Leadgenerierung bildet das im November 2020 in der App eingeführte Job Game. Dieses ermöglicht Schülerinnen und Schülern die Berufsorientierung auf spielerische Weise: Im Rahmen von 550 individuellen Jobkarten können sich die Jugendlichen unter anderem über Ausbildungsbeginn und -dauer sowie Voraussetzungen informieren.

Die Nutzer der App können einzelne Jobkarten intuitiv favorisieren, indem sie diese nach rechts swipen; oder verwerfen, indem sie nach links swipen. Interessiert sich ein Schüler für einen Ausbildungsberuf besonders, kann er weitere Informationen anfordern. Diese wurden bisher durch das Scoolio-Team zusammengestellt und an die Schüler versandt.

#### **Recruiting-Kampagne von Scoolio bietet Alleinstellungsmerkmal**

Seit Februar 2021 ist es Unternehmen möglich, selbständig mit den zukünftigen Azubis zu interagieren. „Die Lead-Generierung ist die Erweiterung der bisher möglichen Performancemessung unserer Recruiting-Kampagnen. Die Schüler fordern die Informationen direkt an und die Firmen gewinnen einen konkreten Interessenten für ihren Ausbildungsplatz“, sagt Danny Roller, Gründer und CEO der Scoolio GmbH. „Eine solche Kombination aus Kampagnenumsetzung und Leadgenerierung zum Azubi-Recruiting ist am Markt einzigartig.“

Über ihren eigenen Account finden Unternehmen bei Scoolio Zugang zu der Generation Z. Mithilfe von drei Filtern können ausbildende Betriebe im Vorfeld Matching-Möglichkeiten mit der Zielgruppe definieren: Geolocation (favorisiertes Einzugsgebiet), Berufsfeld (z. B. Einzelhandel) und Berufsbild (konkreter Ausbildungsberuf).

Schickt der Schüler eine Informationsanfrage ab, die mit den Vorgaben des Unternehmens übereinstimmt, werden beide Parteien gematcht. Das Unternehmen erhält anschließend die Kontaktdaten, die der Schüler angegeben hat, um ihm weitere Informationen zukommen lassen zu können.

Bevor die Schülerinnen und Schüler eine Informationsanfrage auslösen können, müssen sie in der Scoolio-App bestätigen, dass sie Ausbildungsangebote von Unternehmen erhalten und ausschließlich dafür kontaktiert werden dürfen.

Aktuell hoch angesehen bei den Jugendlichen sind laut Scoolio-Umfrage Berufe, in denen der zwischenmenschliche Kontakt eine große Rolle spielt. So führen medizinische Berufe die Liste der begehrtesten Tätigkeiten an, gefolgt von Lehramt und sozialer Arbeit (vor allem im Bereich Erziehung).

### **Über Scoolio**

Scoolio ist mit 1,4 Mio Downloads die führende deutsche App zur Organisation des Schulalltags und zur Vernetzung von Schülern untereinander. Das Start-up wurde 2016 von CEO Danny Roller in Dresden gegründet und baut auf den Erfahrungen mit dem bundesweit erfolgreichen analogen Schulplaner „FuturePlan“ auf.

Weitere Informationen: <https://www.scoolio.de>