

## 13.04.2022 | Girls' Day und Boys' Day am 28. April

Der bundesweite Aktionstag Girls' Day / Boys' Day findet dieses Jahr am 28. April statt. Für Unternehmen bietet sich an diesem Tag die Chance, gezielt potenzielle Azubis anzusprechen und sich als interessanter Ausbildungsbetrieb und Arbeitgeber zu präsentieren.

### Nachwachskräfte gewinnen

In Zeiten, in denen immer mehr Ausbildungsstellen unbesetzt bleiben, bietet der Girls' Day und der Boys' Day Unternehmen Möglichkeiten, schon frühzeitig auf potenzielle Nachwuchskräfte zuzugehen. Im Rahmen des Aktionstages können sich Jugendliche über die unterschiedlichen Ausbildungs- und Berufsmöglichkeiten in den Unternehmen der Zeitarbeitsbranche informieren und beispielsweise für die Berufsausbildung der Personaldienstleistungskaufleute (PDK) geworben werden.

### Girls' Day- und Boys' Day-Radar

Als offizielle Aktionspartnerin von Girls' Day und Boys' Day ruft die Bundesvereinigung der Arbeitgeberverbände (BDA), in der der BAP Mitglied ist, dazu auf, dass sich Unternehmen auch dieses Mal möglichst zahlreich mit eigenen Angeboten – digital oder analog – engagieren und ihr Engagement über den offiziellen Girls' Day-Radar ([www.girls-day.de/Radar](http://www.girls-day.de/Radar)) bzw. Boys' Day-Radar ([www.boys-day.de/Radar](http://www.boys-day.de/Radar)) bundesweit sichtbar machen.

Interessierte Unternehmen finden auf den Homepages [www.girls-day.de](http://www.girls-day.de) und [www.boys-day.de](http://www.boys-day.de) zahlreiche Tipps zur Durchführung von analogen oder digitalen Angeboten, Evaluationen und kostenfrei nutzbares Material.

### „Es zählt, was du willst!“

Unter dem Motto „Es zählt, was du willst!“ steht am Aktionstag die Berufsorientierung von Mädchen und Jungen frei von Geschlechter- und Rollenklischees im Mittelpunkt. Schülerinnen bzw. Schüler ab der 5. Klasse erhalten an diesem Tag jeweils Einblicke in verschiedenste Berufsfelder.

Die Pandemie hat die Berufs- und Studienorientierung junger Menschen in den letzten Monaten weiterhin sehr erschwert – Unternehmen haben dies bei der Besetzung von Ausbildungsplätzen immer wieder gespürt. Hilfreich waren hier u. a. digitale Angebote. Dies wurde auch beim letzten Aktionstag sichtbar: Zwar haben im April 2021 weit weniger Unternehmen als sonst einen Girls' Day angeboten – dank der Digitalisierung jedoch konnten mit rund 3.500 Angeboten im letzten Jahr dennoch knapp 80.000 Schülerinnen erreicht werden.

Für die beteiligten Unternehmen war auch der überwiegend digitale Aktionstag im vergangenen Jahr ein voller Erfolg: 81 % der beteiligten Unternehmen beim Girls' Day haben den Aktionstag als positiv bewertet, beim Boys' Day sogar 84 %. In jedem zweiten Unternehmen (51%) haben sich im Nachgang junge Frauen nach konkreten Ausbildungsmöglichkeiten erkundigt oder sich beworben, beim Boys' Day lag auch hier die Quote mit 57 % noch höher.