



Shutterstock@oneinapunch ©  
AzubiCard - Vorteile für Auszubildende und Unternehmen

Mit der AzubiCard können Unternehmen Auszubildenden Vergünstigungen einräumen und junge Zielgruppen für sich gewinnen. Eine erste Zwischenbilanz zeigt: Das Engagement zahlt sich für die Partnerfirmen aus.

Sabine Hölper, Ausgabe 09/20

Moritz Hirsch, Mitarbeiter der FC Bayern München Basketball GmbH, fand es schon immer ungerecht: Studierende haben einen Studentenausweis, damit erhalten sie an vielen Stellen Vergünstigungen. Azubis haben meist genauso wenig Geld, müssen aber den vollen Preis bezahlen. »Das konnte ich noch nie nachvollziehen«, sagt Hirsch. Die Azubis unter den Fans hätten das im Übrigen genauso gesehen. Immer wieder habe es Anfragen gegeben, warum sie nicht verbilligten Einlass in die Halle erhalten.

### **Vorteile, die sich auszahlen**

Mit Start der neuen Saison wird der FC Bayern München Basketball Azubis genauso unterstützen wie Studenten: Ab Herbst nimmt das Unternehmen am Projekt AzubiCard teil und gewährt mindestens 30 Prozent Rabatt auf den Eintrittspreis, wenn die Spiele wieder vor Publikum stattfinden können. Für ein Spiel, das regulär zum Beispiel 30 Euro kostet, muss ein Azubi dann nur noch 21 Euro zahlen. Vor einem Jahr hat die IHK für München und Oberbayern die AzubiCard eingeführt, die Idee kommt von der IHK Trier, die 2018 die AzubiCard ins Leben gerufen hat.

### **Schon 350.000 Azubis dabei, Tendenz steigend**

Zum Ausbildungsstart 2020/21 werden sich bereits 25 IHKs und auch vier baden-württembergische Handwerkskammern am Projekt beteiligen. Insgesamt erhalten in ganz Deutschland mehr als 350.000 Azubis eine AzubiCard, 630 Partner sind im Bundesgebiet aktiv. Laufend stoßen weitere Partnerfirmen dazu, denn die AzubiCard kommt bei den Jugendlichen hervorragend an.

## **Erste Zwischenbilanz: ausnahmslos positiv**

Ein halbes Jahr nach Einführung der Karte befragte die IHK für München und Oberbayern die teilnehmenden Partnerfirmen nach ihren ersten Eindrücken. Das Ergebnis: Die Erfahrungen waren ausnahmslos positiv. Auf die Frage, ob man anderen Firmen empfehlen würde, AzubiCard-Partner zu werden, antworteten alle Befragten mit Ja. Denis Stanojevic, Pressesprecher von McDonald's Deutschland LLC Region Süd, ist ebenfalls von der AzubiCard überzeugt. Seit dem Start der Karte am 1. September 2019 ist McDonald's in München und Oberbayern dabei. Ab einem Einkaufswert von fünf Euro erhalten die Azubis in den Filialen zehn Prozent Rabatt. Für die Burgerkette war es selbstverständlich, von Beginn an mitzuwirken: »McDonald's beschäftigt selbst rund 1.470 Azubis. Die AzubiCard bietet tolle Vergünstigungen zur Freizeitgestaltung sowie im Einzelhandel und der Gastronomie in der Region. Somit ist es naheliegend, dass wir uns ebenfalls mit einem Angebot beteiligen.«

## **Kernthema der Wirtschaft**

Auch Andreas Bensegger, einer der drei Geschäftsführer des Büroausstatters Bensegger GmbH in Rosenheim, befürwortete das Projekt von Anfang an und legt es jedem Unternehmer ans Herz: »Wir wollen die Ausbildung und damit auch die Auszubildenden unterstützen«, sagt er. »Ausbildung ist das Kernthema für die Wirtschaft, die Azubis sind Säulen der Wirtschaft. Daher sollte klar sein, dass nicht nur Studierende, sondern auch Azubis unterstützt werden.« Zumal die Auszubildenden auch die »Kundschaft der Zukunft« seien. Der Rabatt vermittele ihnen, dass sie sich im Geschäft wohlfühlen können. Um diesen Effekt noch zu erhöhen, sprechen die Mitarbeiter junge Kunden gezielt an und fragen, ob sie eine AzubiCard haben.

## **Deutschlandweite Vorteile**

Die jungen Leute freuen sich dann doppelt: über die nette Geste und die zehn Prozent Rabatt auf ihren Einkauf. Eine weitere Hilfe, um die Azubis auf die neuen Vergünstigungen aufmerksam zu machen, sind die Aufsteller für die Ladentheke, zum Beispiel in der Rosenheimer Papeterie. In der IHK-Befragung gaben rund drei Viertel aller Unternehmen an, dass sie diese kostenfreien Werbemittel schon einsetzen beziehungsweise einsetzen möchten. Schließlich kennen noch nicht alle Azubis die Vorzüge der AzubiCard. »Ein bisschen Anschub ist nötig«, sagt Carolin Bürger, Teamleiterin Bildungsberatung bei der IHK für München und Oberbayern. »Aber bald wird das Projekt eine Eigendynamik entwickeln.« Diese werde dadurch verstärkt, dass die AzubiCard auch deutschlandweit von mehr und mehr IHKs angeboten werde.

## **Einmal ausgestellt, im ganzen Land nutzbar**

Das ist ein großer Vorteil für die Azubis, denn die Karten sind bundesweit einsetzbar: So gilt zum Beispiel eine in Ulm ausgestellte Karte auch in den anderen Regionen Deutschlands. Ein weiterer Vorzug der Karte: Über den QR-Code auf der Vorderseite gelangen Azubis zu ihrem persönlichen Azubi-Infocenter. Nach erfolgreichem Login können sie dort wichtige Informationen wie etwa die Prüfungsdaten einsehen. Sie können so ihre gesamte Ausbildung verwalten und zum Beispiel ihr Berichtsheft darüber einreichen. Der Aufwand ist für alle Beteiligten minimal: Die IHK lässt allen Azubis die elektronische Karte im Format einer EC-Karte automatisch zukommen, die Ausbildungsbetriebe müssen sich darum nicht kümmern.

## **Attraktive Angebote ohne Streuverluste**

Die Partnerfirmen wiederum sind nur insofern gefordert, als sie einen Rabatt oder sonstige Add-ons gewähren. Dem stehen etliche Vorteile gegenüber: Vor allem »können sich die Unternehmen gezielt

mit ihrem attraktiven Angebot platzieren«, sagt Manfred Gößl, Hauptgeschäftsführer der IHK für München und Oberbayern. IHK-Trier-Pressesprecher Sebastian Klipp ergänzt: »Die Karte bedeutet Werbung ohne Streuverluste.«

Alle Infos [auf der IHK-Website](#).

---