

## Nachwuchskampagne der Kreishandwerkerschaften

# Das Beste am Handwerk

Ein vom Wirtschaftsministerium des Landes gefördertes Projekt für **Ausbildungs-marketing** der Kreishandwerkerschaften im Land soll den Innungsbetrieben bei der Azubi-Gewinnung helfen.

**K**lein- und Kleinstunternehmen in Fragen der Nachwuchswerbung für die duale Berufsausbildung mit neuen, zeitgemäßen und digitalen Instrumenten des modernen Recruiting beraten und unterstützen, das will das Projekt „Das Beste am Handwerk“. In das Projekt eingegliedert ist die Ausbildungskampagne „Weitersagen“. Dabei werben Azubis und Unternehmer gleichermaßen für ihre Gewerke, Berufe und Firmen - regional, authentisch und zeitgemäß.

Das Projekt unterstützt Betriebe bei der Analyse der bisherigen Bemühungen im Bereich der Azubiwerbung, bei deren Auswertung und der Erstellung eines firmenspezifischen Maßnahmenkataloges. Dieser umfasst die zielgerechte Azubiwerbung, die Einrichtung von Ausbildungsplätzen sowie die Bewerbung und punktgenaue Platzierung des Ausbildungsangebots am regiona-

len Ausbildungsstellenmarkt. „Die regionale Sicherung des Fachkräftebedarfs ist das herausragende Zukunftsthema des Handwerks“, sagt Projektleiter Tobias Böse. „Im Focus steht daher die berufliche Aus- und Weiterbildung. Die demographische Entwicklung und das veränderte Bildungsverhalten mit Trend zum Hochschulstudium stellen für das Handwerk eine große Herausforderung dar. Betriebe mit durchschnittlich fünf Mitarbeitern haben auf dem Ausbildungsmarkt starke Konkurrenz durch Großunternehmen“, so Böse.

„Handwerksbetriebe müssen dem ihre individuellen Stärken entgegensetzen. Dazu gehört, sich über die eigenen Potenziale klar zu werden und daraus folgend innovative, zeitgemäße, moderne und digitale Angebote für Jugendliche und ihre Eltern zu entwickeln“, sagt er weiter. „In erster Linie müssen darum

Azubis, Meisterinnen und Meister die Jugendlichen mit persönlicher Leidenschaft für ihr Handwerk authentisch informieren und letztlich überzeugen. Entscheidend ist, dass auch kleine Betriebe die Ausbildung

in ihrem Betrieb unverwechselbar, sich selbst für die Jugendlichen sichtbar und den Betrieb und seine Nachwuchsarbeit zur ‚Marke‘ machen. Und da uns die Gesundheit unserer Azubis am Herzen liegt ist unser Partner IKK Nord mit ihrem Präventionsprogramm auch ein wichtiger Bestandteil des Projektes.“

### Einzigkeit des Handwerks zeigen

Mit „Das Beste am Handwerk“ sollen die Azubis, Meister und Meisterinnen die Jugendlichen direkt über entsprechende Plakate und Aufsteller dort ansprechen, wo sie sich gerade befinden. Sie zeigen bzw. sagen per QR-Code-Aufkleber, was sie zu bieten haben.

„Der Clou ist“, so Böse, „dass die Inhalte hinter den QR-Codes getauscht werden können, so dass das Plakat heute so berichtet und morgen so. Es geht in unserem Projekt nicht um das ‚Aufhübschen‘ althergebrachter Azubimarketingstrategien in Form einer simplen Print-Plakatkampagne. Sondern wahre Schönheit kommt von innen: Es geht darum zeitgemäß, authentisch, ehrlich und unverwechselbar zu zeigen, was am Handwerk so einzigartig und besonders ist. Jugendliche Azubis berichten als Leuchttürme, wieso, weshalb und warum sie gerade den Beruf in ihrer Firma erlernen. Damit sind sie eine unbezahlbare Referenz und im wahrsten Sinne des Wortes die beste Mundpropaganda.“

Für Projektleiter Tobias Böse sind „unsere Lehrlinge nun mal die beste Werbung. Alle Aktionen um das Projekt werden auf unseren Social-Media Kanälen wie Instagram & Facebook gezeigt.“ | **PM**

**Links:** [www.Das-Beste-am-Handwerk.de/](http://www.Das-Beste-am-Handwerk.de/)  
[www.facebook.com/DasbesteamHandwerk/](https://www.facebook.com/DasbesteamHandwerk/)  
[www.instagram.com/dasbesteamhandwerk](https://www.instagram.com/dasbesteamhandwerk)

### Azubis mit Botschaft:

Vivie Völs (r.) und Zoe Nowotny (l.) werben als Plakat und „in echt“ für ihre Ausbildung im Maler- und Lackierhandwerk und in der Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik.

