

E-ZUBI Toolbox

Exklusiv für Innungsmitglieder Leitfaden für erfolgreiche

Ausbildungsbetriebe



Fallbeispiel 3:

Elektro Maier

Der renommierte Handwerksbetrieb Elektro Maier in Kirchweidach ist eine feste Größe der Branche. Seit September 2020 unterstützt Personalreferentin Karin Mair das 77-köpfige Team. Sie selbst wurde auf das Unternehmen über seine beeindruckende Website aufmerksam und unterstützt nun mit neuen Ideen bei der Azubi-Gewinnung.

Frau Mair, Sie sind ganz neu im Unternehmen. Glauben Sie, frischer Wind ist wichtig für die Nachwuchsgewinnung?

K. Mair: "Auf jeden Fall. In den letzten
Jahren haben wir die Werbemaßnahmen
und den Personaleinsatz in diesem Bereich
massiv verstärkt. Unsere Strategien bei
Elektro Maier sind zwar schon sehr gut,
aber es ist wichtig, den Anschluss nicht
zu verlieren. Deshalb hinterfragen wir uns
regelmäßig und binden die Mitarbeiter
ein. Viel Wert legen wir auf die Meinung
der Azubis, denn die wissen, wie man Ihre
Generation gerade anspricht. Sie beraten
uns auch bei den Kanälen für die Stellenanzeigen!"

Wie präsentiert sich Ihr Unternehmen zielgruppenwirksam?

K. Mair: "Im Internet arbeiten wir mit Social Media und einer hochmodernen Website, auf der wir Gesicht zeigen. Spannende Projekte und Kompetenz sind wichtig, aber auch die persönliche Note. Ich selbst bin

das beste Beispiel: Über Google Maps habe ich Elektro Maier gefunden und war vom Online-Auftritt so überzeugt, dass ich mich initiativ beworben habe."

Läuft bei Ihnen alles online oder spielt auch Mundpropaganda eine Rolle?

K. Mair: "Es ist immer eine Mischung aus verschiedenen Maßnahmen. Wir sind natürlich auch im analogen Bereich aktivmit Bannerwerbung, Vereinssponsoring, Messen und Bewerbertrainings in Schulen. Eine besonders coole Aktion sind unsere Logo-Mützen mit integriertem Licht für Erstklässler. Das ist Nachwuchsarbeit auf lange Sicht!"

Welche individuellen Aktionen zur Azubi-Gewinnung haben sich besonders bewährt?

K. Mair: "Praktikumsangebote sind natürlich unverzichtbar. Darüber hinaus funktioniert unser Recruiting-Bonus super.
Bei Maier gibt es eine Provision für jeden,

Steckbrief:

Gründungsjahr: 1966 Mitarbeiter: 77 (davon 20 Azubis)

Strategie:

- ✓ Imagepflege
- ✓ Interne Kommunikation
- ✔ Vermittlungs-Bonus



der einen neuen Azubi oder eine neue Mitarbeiterin für unser Team wirbt. Das hat zwei Vorteile: Wir bekommen kompetente neue Kräfte und das Team versteht sich untereinander."

Bei Ihnen ist die Stimmung also gut?

K. Mair: "Ja, dafür tun wir sehr viel!
Die Azubis melden uns das auch zurück:
Ein freundlicher Umgang, Teamwork und
Wertschätzung sind für sie die wichtigsten
Vorteile bei Maier. Ein weiteres Tool, mit
dem wir unsere Mitarbeiter besonders
gut binden, sind unsere flexiblen Arbeitszeitmodelle, mit denen wir auf jeden im
Team eingehen."

Wo sehen Sie die größte Herausforderung bei der Nachwuchsgewinnung?

K. Mair: "Jugendliche sind oft nicht mehr ausreichend aufs Berufsleben vorbereitet. Es fehlt manchmal an Verantwortungsgefühl und Eigeninitiative. Wir führen immer wieder

Gespräche mit dem Nachwuchs und werden nicht müde, auf Notwendiges hinzuweisen. Unsere Strategie: reden, reden, reden."

Was glauben Sie, wie sich die Nachwuchsgewinnung in den nächsten Jahren entwickeln wird?

K. Mair: "Der soziale Anspruch an den Arbeitsplatz wird weiter steigen. Wir begegnen dem mit Schulungen für unsere Obermonteure, bei denen sie ihre Kommunikationsfähigkeit trainieren und lernen auf die Bedürfnisse der Jugend einzugehen. Klingt vielleicht komisch, aber so ist das heute: Der Betrieb stellt sich auf die Mitarbeiter ein und nicht nur umgekehrt."



- ✓ In die Webseite investieren!
- ✓ Den Nachwuchs direkt einbinden!
- ✓ Netzwerke schaffen!



