

wirtschafts spiegel

Informationen der
IHK Nord Westfalen

7-8|2020

 **IHK** Nord Westfalen

Ausbildungsmarketing

Da sein, wo der Nachwuchs ist





Coronakrise als Impuls zur Innovation

Hat das Ausbildungsmarketing auf Zukunft eingestellt: Melanie Baum mit dem ehemaligen Auszubildenden Jan Heidinger, der im Betrieb Karriere macht.

Foto: Baum Zerspanungstechnik

„Bloß nicht in Schockstarre verfallen“: Weil Melanie Baum ihr Unternehmen nach diesem Motto durch die Coronazeit führt, ist das Ausbildungsmarketing bei Baum Zerspanungstechnik für die Zukunft aufgestellt. » Von Dominik Dopheide

Die Pandemie werde gehen, der Nachwuchs- und Fachkräftemangel aber bleiben und sich sogar noch verschärfen. So begründet die Inhaberin und Geschäftsführerin der in Marl ansässigen Baum Zerspanungstechnik, warum sie auch und gerade in der Krise Ausbildung und Ausbildungsmarketing mit voller Kraft betreibt. In diesen Aufgaben sieht sie langfristige Arbeitsfelder, die nicht brachliegen dürfen. „Gerade jetzt bietet sich für viele familiengeführte mittelständische Unternehmen die Chance, im Wettbewerb um künftige Fachkräfte zu punkten“, sagt Baum. Corona, da ist sie sich sicher, lässt die „DNA“ eines Unternehmens noch deutlicher zutage treten. So reflektiere der Umgang mit der Pandemie, inwieweit ein Arbeitgeber bereit und befähigt ist, soziale Verantwortung zu übernehmen – und das werde von der Zielgruppe zur Kenntnis genommen.

Langfristig denken

„Insbesondere in Krisen zeigt sich, wer langfristig denkt und nachhaltig aufgestellt ist, oder wer nur ‚auf Sicht‘ fährt“, erklärt die Unternehmerin und meint: „Für Nachwuchskräfte ist es wichtig, langfristige Perspektiven zu bekommen und einen Arbeitgeber zu finden, bei dem auch in schwierigen Zeiten die Ausbildung einen hohen Stellenwert behält.“ Wer also jetzt das Ausbildungsmarketing zurückfährt, sende ein gegenteiliges Signal. Baum Zerspanungstechnik jedenfalls startet weiterhin durch – auch auf neuen digitalen Wegen, damit Corona die Kontakte zu potenziellen Bewerberinnen und Bewerbern nicht durchkreuzen kann. „Viele Wochen lang konnten wir unsere Ausbildungsberufe nicht an Schulen vorstellen und auch keine Einblicke per Berufsorientierung und Praktika anbieten“, berichtet Baum. Jetzt zählt sich unter anderem aus, dass ihr Unternehmen in Kooperation mit einer Partnerschule ein Video über das Berufsbild „Zerspanungstechniker/in“ gedreht hat. Schüler hatten Mitarbeiter interviewt und ihnen bei der Arbeit über die Schulter geblickt. Der Film ist im Internet abzurufen – digitales Ausbildungsmarketing als Chance in der Pandemie.

Neue digitale Wege

Ein Auszubildender hat in der Coronazeit bei Baum Zerspanungstechnik angefangen. „Wir konnten den Platz besetzen, weil wir digitale Einstellungstests entwickelt und Bewerbungsgespräche per Videotelefonie geführt haben“, erklärt Melanie Baum. Inzwischen ist in ihrem Unternehmen der gesamte Ausbildungsbereich digitalisiert. Beispielsweise können die Beteiligten über die neue E-Learning-Plattform an ihrem Fachwissen feilen und mit ihren Ansprechpartnern im Betrieb in Verbindung bleiben. Das

Instrument wird wohl seinen Nutzwert nicht verlieren, wenn die Kontaktbeschränkungen aufgehoben sind. Dasselbe gilt für den neuen Website-Bereich, der zurzeit speziell für die Azubis und Ausbildungsinteressenten erstellt wird.

Botschaften zuspitzen

Gutes Azubimarketing ist für Melanie Baum nicht von einem hohen Budget abhängig. Gefragt seien vielmehr Ideenreichtum und der Wille, dem Thema Gewicht beizumessen. Viele der Maßnahmen und Instrumente, die das Unternehmen jetzt umsetzt, gehen auf ein einziges Brainstorming zurück. Die Geschäftsleitung hatte ein internes Expertenteam in gebotenem Abstand um einen Tisch platziert, um der Coronakrise beim Ausbildungsmarketing kreativ Contra zu geben. Dabei wurde nicht nur Digitales geplant, sondern auch Gedrucktes. Der Standardflyer allerdings hat ausgedient. „So etwas wollen Jugendliche heute nicht mehr“, weiß Baum, die ein anderes Medium in Erwägung zieht: „Eine Postkarte mit einem guten Spruch, die wir an Schulen und Arbeitsagentur verteilen können“, erklärt die Geschäftsführerin.

Künftige Auszubildende will sie auf Augenhöhe ansprechen, mit Medien, die sie akzeptieren und mit Botschaften, die sie schätzen. Baum zählt auf, was ihr Unternehmen im Wettbewerb um Auszubildende in die Waagschale werfe: moderne Arbeitsmittel, flexible Arbeitszeiten, Talent- und Stärkenorientierung, Teamarbeit, flache Hierarchien, transparente Kommunikation, Gesundheitsförderung, Aussicht auf Übernahme, angenehmes Betriebsklima.

„Man muss sich nur aufrichtig in die Zielgruppe hineinversetzen, um sie zu erreichen“, betont Baum. Wem das schwerfalle, dem stünden diverse Forschungsanalysen über die neue Generation zur Verfügung. Auch externe Beratung könne helfen. „Hier ist der Erfahrungsaustausch mit anderen Unternehmen, HR-Beratern und der IHK besonders wertvoll“, berichtet die Unternehmerin. Und sie betont: „Ich empfehle außerdem eine kontinuierliche Überprüfung der Entwicklungsfortschritte, damit Ausbildungsmarketing mehr bringt als den Einmal-Effekt. Nämlich eine langfristige Markenbildung, die vom Nachwuchs positiv wahrgenommen wird.“

Ausbildungsbeginn anpassen

Sollten Unternehmen wegen der aktuellen Coronasituation nicht direkt am 1. August mit der Ausbildung starten können, gibt es die Möglichkeit zum 1. Februar beziehungsweise vor dem 1. April mit dem neuen Ausbildungsjahrgang zu beginnen. Besser eine späte Ausbildung als ein Ende als Ausbildungsbetrieb. Aktuelle Informationen zu den Auswirkungen der Coronakrise auf die Aus- und Fortbildung unter www.ihk-nw.de/corona-bildung



Ausbildungsmarketing über soziale Medien: Timon Steigerwald und Alexander Wallfahrt, Azubis bei der münsterschen Weicon GmbH, zeigen auf dem IHK-Instagram-Kanal ihren Ausbildungsalltag.

Foto: Witte/IHK

Azubis zeigen ihren Ausbildungsalltag



Auf einem neuen IHK-Instagram-Kanal geben Auszubildende aus Unternehmen in der Region authentische Einblicke in ihren Arbeitsalltag. » von Miriam Milbradt

Timon Steigerwald und Alexander Wallfahrt, Auszubildende der WEICON GmbH & Co. KG in Münster, nehmen an diesem Arbeitstag ständig ihr Smartphone in die Hand. Und das aus gutem Grund: Die angehenden Industriekaufmänner „füttern“ einen Tag lang den Instagram-Kanal der IHK Nord Westfalen mit Storys über ihren Ausbildungsalltag.

Steigerwald und Wallfahrt sind Teilnehmer der IHK-Aktion „Azubimojis“, die jungen Menschen authentische Einblicke in die betriebliche Ausbildung geben will. In kurzen

Videosequenzen berichten den gesamten Juli jeden Mittwoch verschiedene Auszubildende. Sie präsentieren ihr Unternehmen, zeigen ihre Aufgaben und beantworten Fragen zu ihrer Ausbildung.

„Das ist Kommunikation, die bei der Zielgruppe ankommt“, ist Melanie Baum, Vizepräsidentin der IHK Nord Westfalen, überzeugt. Die Azubimojis seien schließlich selbst kaum älter als die Schüler, die vor der Berufswahl stehen. „Die Azubis sprechen die Sprache der Jugendlichen und wissen, wie man auf Instagram kommuniziert. Das ist doch

viel überzeugender, als wenn wir Unternehmer uns vor die Kamera stellen und um Auszubildende werben“, so die Inhaberin von Baum Zerspanungstechnik in Marl. Dass die Follower zudem einen Blick hinter die Kulissen des Unternehmens werfen, findet Baum ebenfalls klasse.

„Die Unternehmen müssen sich öffnen, um bei Schülern als attraktiver Ausbildungsbetrieb wahrgenommen zu werden.“

Melanie Baum

Auch für die Betriebe lohne es sich, bei der Aktion Azubimojis mitzumachen, findet Carsten Taudt, IHK-Geschäftsbereichsleiter Bildung und Fachkräftesicherung: „Für Unternehmen ist die Aktion eine einfache und effektive Möglichkeit, um auf ihr Ausbildungsangebot aufmerksam zu machen.“ Gerade in der jetzigen Corona-Krise könne Berufsorientierung nicht wie gewohnt stattfinden – klassische Ausbildungsmessen, Schülerpraktika und Berufsorientierungstage fielen schließlich weg.

14 Auszubildende aus dem gesamten IHK-Bezirk Nord Westfalen stehen derzeit in den Startlöchern, um in den kommenden Wochen auf dem IHK-Instagram-Kanal ihren Ausbildungsalltag zu zeigen. Mit dabei sind angehende Hotelfachfrauen, Destillateure oder Verfahrensmechaniker für Kunststoff- und Kautschuktechnik.

» www.instagram.com/ihk_nord_westfalen
» www.azubimojis.de

» **IHK-Kontakt**
Silke Deutschmann
Tel. 0251 707-245
deutschmann@ihk-nw.de





Verstärkung für das Hengst-Führungsteam: Geschäftsführer Christopher Heine (r.) begrüßt den neuen Group Vice President Volker Plücker.

Foto: Hengst SE

Filtrationsspezialist verstärkt Führungsteam

Volker Plücker verantwortet seit dem 1. Mai als Group Vice President das industrielle Filtrationsgeschäft bei Hengst SE in Münster.

Vor seinem Eintritt in das Unternehmen war Plücker unter anderem zwölf Jahre gesamtverantwortlich für den Bereich Industriefiltration von Mann+Hummel. Anschließend war er Geschäftsführer bei Weber-Hydraulik und zuletzt Geschäftsführer bei der Filtration Group für den Bereich der übernommenen Mahle Industriefiltration.

Volker Plücker gehört zur Geschäftsleitung bei Hengst und berichtet direkt an Geschäfts-

führer Christopher Heine. „Unabhängig von der aktuellen Situation im Markt verfolgen wir unsere strategischen Ziele weiter und bauen diesen Geschäftsbereich nachhaltig aus“, sagt Heine. „Wir freuen uns sehr über die Verstärkung. Mit seiner langjährigen Erfahrung wird Volker Plücker einen zentralen Beitrag zur positiven Weiterentwicklung der Hengst Gruppe leisten.“

» www.hengst.com

Melanie Baum

Nominiert für Nachfolge-Award

Melanie Baum (Foto), Inhaberin der Baum Zerspanungstechnik e.Kfr. in Marl, gehört zu den zehn Finalistinnen für den Next Generation Award des Verbandes deutscher Unternehmerinnen (VdU). Der Award ist eine Anerkennung für die besonderen Lebensgeschichten und Leistungen von Frauen, die ein Unternehmen übernommen haben. Der



Preis wird am 31. August in den Kategorien interne und externe Nachfolge in Rostock-Warnemünde vergeben. Die Schirmherrschaft hat erneut Peter Altmaier, Bundesminister für Wirtschaft und Energie. Melanie Baum übernahm das Maschinenbauunternehmen ihres Vaters 2016. Ein mehrjähriger Nachfolgeprozess war vorausgegangen. 2019 war Heike Lewedag für die externe Nachfolge der Kock GmbH in Lengerich mit dem Next Generation Award ausgezeichnet worden. Sie hatte das Unternehmen über den Nachfolger-Club der IHK Nord Westfalen kennengelernt.

» www.vdu.de



Haluk Serhat

In die Geschäftsführung von VIVAWEST berufen

Haluk Serhat, bisher Geschäftsbereichsleiter Bestandsmanagement und Generalbevollmächtigter bei VIVAWEST, ist vom Aufsichtsrat des Gelsenkirchener Wohnungsunternehmens zum 1. Juni in die Geschäftsführung berufen worden. Die Leitung von VIVAWEST obliegt damit Clau-

dia Goldenbeld als Sprecherin der Geschäftsführung, Arbeitsdirektor Dr. Ralf Brauksiepe sowie Haluk Serhat für das Bestandsmanagement. VIVAWEST bewirtschaftet rund 120 000 Wohnungen für 300 000 Menschen in 100 Kommunen an Rhein und Ruhr.

» www.vivawest.de

In der VIVAWEST-Leitung: Haluk Serhat wurde in die Geschäftsführung berufen.

Foto: VIVAWEST