

A group of young people, including a woman in a yellow top and denim jacket, a man in a red sweater and denim jacket, and a woman in a pink cardigan and floral top, are sitting and looking at their smartphones. The background is a solid blue color.

Wien, 20. Juni 2023

5. Lehrlingsmarketing Praxisforum

The perfect match!? – Attraktiver Lehrbetrieb sucht engagierte Talente!

BRAND 4 YOUNG
TALENTS
2023

inkl. Verleihung Lehrlingsmarketing Award 2023



Quer durch alle Branchen treibt der Fachkräftemangel den HR-Abteilungen des Landes den Schweiß auf die Stirn. Die Erfolgsformel lautet: Fachkräfte der Zukunft rekrutieren, selbst ausbilden und sogleich ans Unternehmen zu binden. Aber geburtenschwache Jahrgänge, immer mehr Jugendliche, die eine AHS oder BHS-Matura anstreben und Berufsorientierung als bildungspolitisches Orchideen-Thema führen dazu, dass ein „perfect match“ eher die Ausnahme bildet – aber muss es das immer sein?

Das LMP 2023 führt in die Erfolgsspur:

- » Key-Notes von Vordenkern, welche Zielgruppen-Insights, erforderliche Veränderung der Rahmenbedingungen sowie mögliche Ansatzpunkte beleuchten
- » Best-Practices aus Unternehmen, welche zu den Top-Adressen in Sachen Lehrlingsmarketing, -recruiting und -ausbildung zählen
- » Workshops von Expertinnen mit Tipps & Tricks, die dazu unmittelbar in der Praxis einsetzbar sind

Die Zielgruppe

Das Event richtet sich also an alle Leute aus HR oder Kommunikation aller Branchen, die mit (Lehrlings-) Recruiting, Personal-marketing, Lehrlingswesen, Lehrlingsausbildung zu tun haben bzw. sich dafür interessieren.



KEY NOTES & PODIUMSDISKUSSION

Das Ende des Azubimangels



Carola Schneider erzählt, warum ihr Spezialangebot an Schüler: „Mach doch mal ’ne Probefahrt“ wirksamer ist als digitale Instrumente. Man muss nicht jedes Jahr eine neue Sau durchs Recruiting-Dorf treiben, Videos produzieren, Messestände aufbauen und Social-Media-Kanäle bespielen, die an den Interessen der Jugendlichen meist vorbeigehen. Der direkte Kontakt schlägt die sozialen Medien um Längen. Einmal installiert, spart „BERUFSTALENT entdecken“ den Unternehmen Zeit, Mühe und Frust – und sogar Geld, weil sie auf Initiativen verzichten können, die viel Arbeit machen und wenig einbringen. Carola Schneider räumt mit den Mythen der Azubi-Gewinnung auf, erklärt, warum viele bisherige Ansätze scheitern und beschreibt mit ihrer Sechs-Schritte-Strategie einen praktischen und nachweislich erfolgreichen Weg.

Carola Schneider
AutorIn & Expertin für Fachkräftenachwuchs und Azubigewinnung

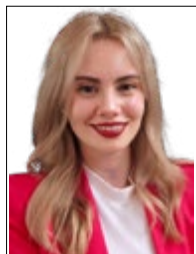
Warum Azubimarketing niemals ohne Azubis funktioniert



Schüler*innen wollen während der Ausbildungssuche nicht mit Personalern sprechen, sie wollen auch nicht nur die Stellenausschreibung lesen. Sie wollen wissen, wie es wirklich ist: was sich hinter den oft unklaren Namen der Ausbildungsberufe verbirgt, wie ein Arbeitstag abläuft und was neben den eigentlichen Aufgaben während der Ausbildung noch möglich ist. Genau diese Infos können nur von den Azubis selbst kommen. Als Jobbotschafter*innen erzählen unsere Auszubildenden in unterschiedlichen Formaten (on- & offline) authentisch, erlebbar und unzensiert von ihrem Weg zu OTTO und ihren Aufgaben und lassen die Schüler*innen so ganz nah an ihren Projekten teilhaben. Welche Formate sind das? Wie motivieren wir unsere Azubis, zum Botschafter für die nächste Bewerber*innen-Generation zu werden? Und was haben wir als Unternehmen davon? Darüber spreche ich mit euch und freue mich zu hören, wie ihr es macht.

Frauke Wengerowski, Senior Manager HR Marketing, OTTO

Podiumsdiskussion: „Lehrreich und meisterhaft“ – zwingt die Lehre den Fachkräftemangel in die Knie?



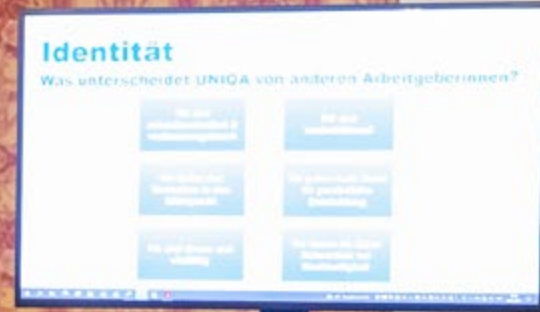
Laura Payer, GenZ-Botschafterin

DDr. Werner Steinecker, ehemaliger Lehrling, CEO Energie AG a.D. Gründer und Ehrenpräsident von z.l.ö. – zukunft.lehre.österreich

Mario Derntl, BA, MBA, Geschäftsführung, z.l.ö. – zukunft.lehre.österreich

Daniel Lehner, Vice President Human Resources, KTM AG

WORKSHOPS



Jugend in Österreich 2023 - Stimmung – Motive – Erwartungen – Arbeit und Lehre der 14- bis 29-Jährigen



Wie zufrieden sind die 14 bis 29-jährigen Jugendlichen mit ihrem Leben? Was belastet sie und welche Unterstützung erwarten sie? Was erwarten sie sich in der Berufsorientierung und von Arbeitgebern? Welchen Stellenwert hat die Arbeit/Lehre und was motiviert sie? Was bedeuten die Ergebnisse für die Gewinnung und Bindung von Lehrlingen?

**Heinz Herczeg, Gründer und CEO & Nina Seidl, Projektmanagement
lifeCREATOR CONSULTING**

Unternehmenskultur und Wertewandel – Auswirkungen auf die Lehrlingsausbildung



- Die Lehrlingsausbildung im Spannungsfeld des Wertewandels. Wie damit umgehen?
- Die Wechselwirkung zwischen Herz (Miteinander, Gemeinsamkeit) & Hirn (Leistung, Selbstverantwortung) sowie die unterschiedlichen Erwartungen in den beiden Bereichen. Wie kann hier eine Balance gelingen?
- Gezielt die Entwicklung und Selbstverantwortung der Lehrlinge fördern. Wie kann das gelingen?

Gernot Schneeberger, Geschäftsführer von HeartBeat GmbH

HR-Marketing auf TikTok: so erreicht ihr die junge Generation



TikTok ist aktuell die meistgenutzte Plattform der jungen Generation im Alter von 16 – 24. Keine andere Plattform weist so hohe Nutzerzahlen in diesem Alter auf. Wie also sonst die Jugend erreichen, wenn nicht über TikTok? Viele Unternehmen – egal ob Mittelstand oder Konzern – nutzen TikTok bereits für Recruitingaktionen. Ob Besetzung offener Ausbildungsplätze oder Stärkung der Arbeitgebermarke, TikTok wird immer häufiger als HR-Marketing Plattform genutzt. Was ist an TikTok so anders und wieso gilt die Plattform als so erfolgreich gerade für die junge Generation? Ivana Tadić - auch als @bewerbungsqueen auf TikTok bekannt - zeigt wie es geht. In kürzester Zeit wurde sie eine der erfolgreichsten HR-Influencerinnen, da sie die Plattform verstanden hat und euch zeigen will wie man als Unternehmen die Jugend richtig anspricht und rekrutiert.

Ivana Tadić, HR TikTok Influencerin @bewerbungsqueen

BEST PRACTICE

Die Lehrlings-Akademie der Post



Mit der Lehrlings-Akademie der Post unterstützen wir unsere jungen Mitarbeiter*innen durch ein speziell auf ihre Bedürfnisse zugeschnittenes Angebot an Seminaren und Veranstaltungen während ihrer fachlichen Ausbildung. Uns ist es dabei besonders wichtig, unsere Lehrlinge zu vernetzen und ihnen Perspektiven für die Zeit nach der Lehre aufzuzeigen. Für jedes Lehrjahr und jeden Lehrberuf bieten wir übergreifende oder speziell konzipierte Trainings an. So stellen wir sicher,

dass unsere Lehrlinge optimal auf die Anforderungen des Arbeitslebens vorbereitet werden und auch nach ihrer Ausbildung bestens gerüstet sind.

Um die Qualität der Lehrlingsausbildung langfristig sicherzustellen ist auch die Rolle der Lehrlings-Ausbilder*innen besonders gefordert und es sind dafür entsprechende Zusatzqualifikationen unumgänglich. Im Rahmen der Lehrlingsakademie erhalten sowohl Ausbilder*innen als auch Fachkräfte, die in ständigem Kontakt mit Lehrlingen sind, entsprechende pädagogische und rechtliche Zusatzausbildungen.

Wolfgang Schweighofer – Leitung Team Fortbildung und Lehrlingscenter
Antonia Klocker, Personalentwicklung | Fortbildung und Lehrlingscenter
Österreichische Post AG

Unsere Lehrlinge giebeln mehr



Ausgehend von unserem Motto „Der beste Nachwuchs ist der, den man sich selbst ausbildet“, setzen wir im Rahmen unserer neuen Arbeitgebermarke „Gemeinsam giebeln wir mehr“ neue Akzente in der Lehrlingsausbildung. Als Unternehmen reicht es nicht mehr, Lehrlinge „nur“ fachlich auf ihren Berufsalltag vorzubereiten und dafür fit zu machen. Durch zahlreiche Initiativen vermitteln wir unseren Lehrlingen nicht nur Bankwissen, sondern begleiten und unterstützen sie darüber hinaus auch in ihrer persönlichen Entwicklung.

Katrin Glatzl, Ausbildungsverantwortliche, Raiffeisenlandesbank NÖ-Wien AG

Du, wir, Magenta – Deine Lehre für Morgen.



Wir sind Magenta. 2.200 engagierte Mitarbeiter*innen aus über 51 Nationen, die die Welt bewegen und gemeinsam die Zukunft gestalten wollen. Eine wichtige Säule dabei ist unsere Lehrlingsausbildung, mit der wir seit 17 Jahren erfolgreich Jugendliche in unterschiedlichen Lehrberufen ausgebildet haben. Mit unseren Kampagnen wollen wir Menschen ansprechen, die die Welt bewegen und gemeinsam mit uns die Zukunft gestalten wollen. Die Lehrlingsausbildung und unsere Lehrlinge sind dabei ein zentrales Thema für Magenta als Arbeitgebermarke. Für uns war von Beginn an klar: Wir brauchen einen Wiedererkennungswert zu unserem Arbeitgeberauftritt „Du, wir, Magenta“ und gleichzeitig muss die Lehrlings-Kampagne zielgruppenspezifisch und anders sein. Daher wurde die Kampagne von der Unternehmens- und Arbeitgebermarke abgeleitet und hat zusätzlich eine eigene Ausrichtung für die Zielgruppe erhalten. Nach Jahren der Covid Pandemie und weltweiten Krisen, haben uns Studien als auch unsere eigene Erfahrung mit unseren Lehrlingen gezeigt, wie wichtig Stabilität, Sicherheit und Zukunftsperspektiven für unsere Jugend sind. Daher war es uns wichtig, unser vielfältiges Angebot zu präsentieren und gleichzeitig die Entwicklungs- und Aufstiegschancen mit einer Lehre bei Magenta zu zeigen. Unsere Lehrlinge haben eine Vorbildwirkung und nehmen diese in unserer neuen Bild- und Videowelt und unserer Social Media Kampagne ein. Sie sind der Mittelpunkt der Kampagne und fungieren als Role Models für zukünftige Lehrlinge. Mit „Du, wir, Magenta – Deine Lehre für Morgen“ holen wir unsere Lehrlinge vor den Vorhang und suchen Jugendliche, die Spaß im Umgang mit Menschen haben, die neugierig sind, sich für Technik interessieren und die ihre Zukunft in die Hand nehmen

Andrea Schörgenhofer, HR Expert & Lehrlingsmanagement.
MAGENTA TELEKOM

BEST PRACTICE



FUTURE X CELLENCE - Das Talent- & Alumniprogramm für A1 Lehrlinge

Das Talentprogramm FUTURE X CELLENCE richtet sich - on top zur Lehre – an unsere ausgezeichneten Potentiale, um diese einerseits durch breit gefächerte Weiterbildungsmöglichkeiten besonders zu fördern und sie andererseits eine herausragende Employee Experience erleben zu lassen – so beginnt langfristige Mitarbeiterbindung schon in der Lehrzeit.

Melanie Svatos, Lernbegleiterin @ A1 Future Campus
Dominik Plametzberger, Lehrling @ A1 Future Campus
Gerd Gradischnig, Lernbegleiter @ A1 Future Campus

Special Everyday – LIKE YOU!



Der Einstieg ins Berufsleben ist ganz schön anspruchsvoll, geschieht er doch in einer Lebensphase, in der sowieso schon alles drunter und drüber gehen kann.

Mit unserer neuen Lernenden-Kampagne wollen wir die vielfältigen Manor Arbeits- und Lernwelten auf eine authentische, sympathische Art darstellen und dabei betonen, dass eine Lehre bei Manor dem Wunsch der Jugendlichen nach Abwechslung gerecht wird. Wer bei uns einen Beruf erlernt,

darf seine Stärken, Talente und Interessen entdecken – kurzum: seine Individualität entfalten und leben. Jeden Tag aufs Neue.

Wer könnte diese Botschaften besser verkörpern als unsere Lernenden höchstpersönlich? Eben. Darum besteht der gesamte Cast aus aktiven Lernenden, die einen Einblick in ihren abwechslungsreichen Arbeitsalltag gewähren. Denn: Wer will schon jeden Tag dasselbe?

Das Konzipieren und Umsetzen der Kampagne war ein tolles Erlebnis für alle Beteiligten und ein schönes Beispiel für "der Weg ist das Ziel". Nebst einer sehr guten Kampagnen-Performance hat nämlich alleine der Entwicklungsprozess, vom Casting über die Dreharbeiten bis hin zum Preview des finalen Schnitts, für einen Motivationsboost und positive Stimmung gesorgt.

Sherin Keller, Head of Employer Branding
Renate Wunderlin, Head of Youngstar Development
MANOR AG

LEHRE LÄUFT!

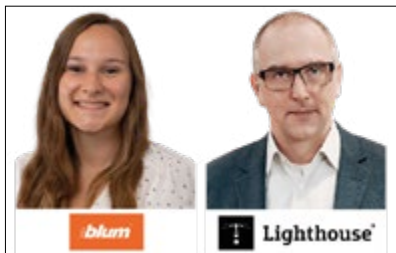


500 Lehrlinge in Ausbildung – Tendenz steigend! Im Herbst 2023 starten 215 Lehrlinge ihren Karriereweg in der Wiener Stadtwerke-Gruppe, das sind rund 20% mehr als im Jahr zuvor und so viele wie noch nie. Auch die Anzahl der Lehrberufe erreicht mit 19 einen neuen Höchststand. Um immer mehr passende Bewerber*innen finden zu können, setzen wir auf Nutzer*innen-Orientierung. Die Bedürfnisse der Jugendlichen stehen im Vordergrund und sind die Grundlage für die Aktivitäten in der Lehrlingskommunikation. Mit „LEHRE LÄUFT!“ setzen wir auf einen neuen, verjüngten Claim und haben alle Lehrberufe neu und für Jugendliche ansprechend inszeniert. Darüber hinaus haben wir mit der Kampagne „Die Lehre für ALLE“ nicht nur aufgezeigt, dass unsere Lehre allen offen steht, sondern auch, dass wir als Wiener Stadtwerke-Gruppe einen Mehrwert für alle Menschen schaffen, die in Wien leben und leben werden. Unser Credo: glaubwürdige und für die Zielgruppe relevante Kommunikation.

Christine Sabongui, Lehrlingsmarketing
Wiener Stadtwerke-Gruppe

BEST PRACTICE

START ORANGE – Die Lehrlingswerbung der Julius Blum GmbH



„START ORANGE“ ist die Aufforderung an Jugendliche, bei einem der führenden Arbeitgeber Vorarlbergs „in die Lehre zu gehen“. Vor allem geht es darum, Jugendliche für einen technischen Beruf zu begeistern und aufzuzeigen, welche Möglichkeiten die Julius Blum GmbH bietet.

Über die crossmediale Auspielung der Kampagne – von Social Media bis Out of Home – ist ein „funnel of interest & conversion“ aufgesetzt, der Jugendliche motiviert, das Unternehmen und zehn Ausbildungsberufe im Rahmen von Schnuppertagen näher kennenzulernen.

Janine Blum, Projektleiterin Marketing Kommunikation Projekte Julius Blum GmbH

**Gregor Regensberger, Senior Brand Manager Beratung, Lighthouse GmbH
lifeCREATOR CONSULTING**

VERBUND POWER:GAME Probier dich aus als Kraftwerker:in!



Die aktuelle Mission V von VERBUND, in der Energiewende #voranzugehen, soll für Jugendliche attraktiv im VERBUND Power:Game dargestellt werden. Aktuell ist VERBUND als Österreich weiter Arbeitgeber und der Lehrberuf Kraftwerker:in in der Bevölkerung weitgehend unbekannt. Bei der Ausbildung zum/r Kraftwerker:in handelt es sich um einen Doppellehrberuf - Elektrotechnik und Maschinenbau mit 4 Jahren Lehrzeit, der hohe Anforderungen an die kognitive, soziale und handwerkliche Kompetenz von Kandidat:innen stellt. Im Power:Game absolvierst du 3 Missionen aus unseren

Tätigkeitsbereichen, du kannst dich ausprobieren und bekommst gleichzeitig einen Einblick in den Arbeitsalltag als Lehrling bei Verbund.

Bei jeder Aufgabe sammelt man Voltpunkte, am Ende erfährt man, wie gut eine Lehre als Kraftwerker:in zu einem passt

Domenika Koller, Verantwortliche Recruiting & Personalmarketing, Verbund AG

Genau meine Partie – Die Lehrlingswerbung der Jäger Bau GmbH



500 Gemeinhin gilt eine Lehre auf dem Bau als klassischer Männerberuf. Naheliegender, dass Jugendliche ganz schnell Helden sind oder werden können. Die Kampagne „Genau meine Partie“ dagegen kommuniziert ein Werturteil, das auf gemachten Erfahrungen beruht: „Meine Partie“ sind die Kolleginnen und Kollegen, auf die man sich verlassen kann, die einen unterstützen und mit denen man mehr teilt als den gleichen Job. Ein Mix aus Out-of-Home-, Social-Media- und Print-Maßnahmen sorgt für Aufmerksamkeit und die Positionierung von Jäger Bau als verantwortungsbewusstes Familienunternehmen, das Lehrlinge Menschen sein lässt, die sich entwickeln wollen.

Gregor Regensberger, Senior Brand Manager Beratung, Lighthouse GmbH

Lehrlings-Zwischenprüfung



Um unsere BILLA-Lehrlinge auf ihren jeweiligen Wissensstand abzuholen und entsprechend gezielte Maßnahmen setzen zu können, wurde die Lehrlings-Zwischenprüfung ins Leben gerufen. Dabei werden im Rahmen einer jährlichen, österreichweiten Lehrabschlussprüfungs-Simulation Stärken und Defizite ermittelt und anschließend individuelle Fördermaßnahmen je Lehrling abgeleitet. Die Zwischenprüfung baut somit auf folgenden drei Säulen auf: Evaluation des Wissensstandes und der Entwicklungsfelder, Ableitung von individuellen Maßnahmen und Förderung von Talenten. Die Etablierung der Lehrlingszwischenprüfungen führte bei BILLA zu einer Erhöhung der Ausbildungsqualität sowie zur Stärkung der Wichtigkeit der Lehrausbildung. Durch die Anhebung der Ausbildungsqualität bei BILLA sowie der gezielten Förderung von Talenten wird das Nachrücken zukünftiger top-ausgebildeter Fach- und Führungskräfte bei BILLA sichergestellt.

**Sandra Kovacs
Teamleitung Lehrlings- & Nachwuchsförderung | HR-Management
Billa AG**



ORGANISATORISCHES

TERMIN

20. Juni 2023, 08:30 - 17:30 Uhr

LOCATION

Parkhotel Schönbrunn, Hietzinger Hauptstraße 10-14, 1130 Wien

TEILNAHMEGEBÜHR

Tagesticket: EUR 590,- exkl. MwSt. (ab 20. Mai 2023)

Nimm 3 zahl 2

INFORMATION & ANMELDUNG

www.lehrlingsmarketing.at

Agenda

09:00 - 09:10 Uhr: Eröffnung

09:10 - 09:45 Uhr: Key Note

09:45 - 10:30 Uhr: Best-Practice Nominees Lehrlingsmarketing Award 2023

10:30 - 11:00 Uhr: Kaffeepause

11:00 - 12:15 Uhr: 3 Workshops parallel

12:15 - 13:00 Uhr: Key Note 2

13:00 - 14:00 Uhr: Mittagspause

14:00 - 14:45 Uhr: Best-Practice Nominees Lehrlingsmarketing Award 2023

14:45 - 15:15 Uhr: Kaffeepause

15:15 - 16:00 Uhr: Best-Practice Nominees Lehrlingsmarketing Award 2023

16:00 - 17:00 Uhr: Podiumsdiskussion

17:00 - 17:30 Uhr: Award & Abschluss