
Mittelstand und Azubis reden häufig eine andere Sprache

Veröffentlicht am: 11.08.2017, 15:35

Pressemitteilung von: **hi-studios GmbH - Agentur für Industriekommunikation** // Hans-Jürgen Krieg

Jugendliche wollen nach wie vor ihre Ausbildung im Mittelstand machen. Aber die Betriebe selbst kommunizieren oft an den jungen Menschen vorbei

Im Juli veröffentlichte die Bundesagentur für Arbeit (BA) die aktuellen Zahlen zum Ausbildungsstellenmarkt in Deutschland. Im Berichtsjahr ab Oktober 2016 bis jetzt suchten über 500.000 junge Menschen einen Ausbildungsplatz über die BA. Den Auszubildenden in spe standen im selben Zeitraum bundesweit in gleichem Umfang gemeldete Berufsausbildungsstellen gegenüber. Also doch alles in Ordnung - oder nicht?

Mittelstand als Motor für Arbeitsplätze

Der Mittelstand, gerade Betriebe mit 50 bis 500 Mitarbeitern, gilt als Beschäftigungsmotor für die deutsche Wirtschaft. Haben diese Unternehmen verstanden, was sie ganz besonders in den Bereichen Ausbildung und Weiterbildung tun müssen? Denn hier können sie punkten.

"Wir Mittelständler sollten nicht über den vermeintlichen Fachkräftemangel klagen, sondern Jugendliche als eine wichtige Zielgruppe begreifen und kreativ auf sie zugehen", so Hans-Jürgen Krieg, Sprecher hi-studios GmbH aus Erlangen. "Die Herausforderung ist natürlich der demografische Wandel und der anhaltende Trend zur Akademisierung", so Krieg weiter. Fakt ist: Je kleiner der Betrieb, desto schwieriger die Suche nach jungen Menschen. Vielen Mittelständlern fehlen - im Gegensatz zu großen Konzernen - zwar oft die finanziellen Mittel, um offensiv und breit für ihre freien Stellen zu werben. Dafür können sie oft kreativer und beweglicher agieren, und Dank flacher Hierarchien auch schneller als die Großen sein.

Qualifikation: Ausbildung als Einstieg zum Aufstieg.

Ein Baustein zur Qualifizierung wird die konsequente Aus- und Weiterbildung der künftigen Fach- und Führungskräfte sein. "Erst Azubi, dann Karriere - Ausbildung als Einstieg zum Aufstieg" - unter diesem Motto bietet der Mittelstand Auszubildenden gezielte Förderung als eine interessante Perspektive. Die IHKs, freie Bildungsträger und Hochschulen unterstützen diese Qualifikationen in enger Zusammenarbeit mit den Betrieben.

Erwartungen gezielt bedienen und Bindung fördern

Bindung fördern trotz unterschiedlicher Motive

"In den Gesprächen hören wir immer wieder, dass es für die jungen Menschen viele Gründe gibt, nach der Schule zunächst eine berufliche Ausbildung zu absolvieren", so Hans-Jürgen Krieg. Manche wollen zunächst einmal schnuppern, andere sind sich nicht sicher, schon das Richtige gefunden zu haben, wieder andere wollen erst einmal etwas "Sicheres" lernen und eine nächste Gruppe will früh finanziell unabhängig sein.

Betriebsklima, Wertschätzung und Abwechslung

Moderne Unternehmen gehen auf diese Motivlagen ein und bedienen sie von Anfang an. Sie lassen die Auszubildenden das Unternehmen durchlaufen, bieten viel Abwechslung und nehmen die Jungen, ihre Ideen und Impulse sehr ernst. Sie lassen sie mitgestalten. So eröffnen sich für diese Unternehmen plötzlich ganz neue Möglichkeiten der Mitarbeiterbindung. Die Betriebe profitieren langfristig davon, dass die jungen Menschen das komplette Unternehmen und seine Prozesse von Anfang an richtig

kennen.

Zukunft: kreativer und flexibler Umgang mit jungen Menschen

Der Dienstleister hl-studios aus Erlangen lebt diesen Wandel seit einigen Jahren vor. Denn für die inhabergeführte Agentur für Industriekommunikation war es immer wieder eine Herausforderung, den richtigen Nachwuchs für diese sehr spezielle technische Unternehmensausrichtung zu finden. "Wir sind ein gesunder Mittelständler der Kultur- und Kreativwirtschaft im Herzen der Metropolregion Nürnberg, wollen natürlich am Standort weiter wachsen und suchen dazu die kreativen Köpfe", so Unternehmenssprecher Krieg.

Die Sprache der Jugend verstehen lernen

Entsprechend hat man die Suche nach Nachwuchs schon vor einigen Jahren quasi feinjustiert: Neben der umfangreichen Kommunikation in Online-Portalen geht hl-studios gezielt in die Netzwerke sowie auf Jobbörsen in Schulen und Universitäten, um dort detaillierte Informationen zu Ausbildung und Jobs zu platzieren und Kontakte zu knüpfen. "Wir wollen die Sprache der Jugend verstehen, sonst kommunizieren wir an der Zielgruppe vorbei, und das können wir uns als Mittelständler auf Dauer nicht leisten", sagt HL-Unternehmenssprecher Hans-Jürgen Krieg. Und hl-studios setzt alles daran, den Nachwuchs immer besser zu verstehen - und versucht dann, ganz gezielt die Erwartungen der Auszubildenden zu bedienen. "Wir sind neugierig auf alle jungen und kreativen Köpfe, denn gerade im Moment suchen wir wieder einige", so Krieg.

Weitere Informationen und Jobs: <https://www.hl-studios.de/#jobs>

Pressekontakt

Herr Hans-Jürgen Krieg
Bereichsleiter

hl-studios GmbH - Agentur für Industriekommunikation

Reutleser Weg 6
91058 Erlangen, Deutschland

Telefon: 09131 75780

E-Mail: hans-juergen.krieg@hl-studios.de

Website: www.hl-studios.de

Firmenportrait

hl-studios ist eine inhabergeführte Agentur für Industriekommunikation. Über 100 Mitarbeiter engagieren sich in Erlangen und Berlin für Markt- und Innovationsführer der Industrie. Das Portfolio reicht von Strategie und Konzeption über 3D/CGI-Animationen, Print, Film, Foto, Hybrid Studio, Public Relations, Interactive online und offline, interaktive Messemodelle, Oled-Displays, AR-/VR-Techniken, Apps, Touch-Applikationen, interaktive Messemodelle, Messen und Events bis hin zur Markenführung.

Wichtiger Hinweis:

Für diese Pressemitteilung sowie das Bild- und Tonmaterial ist allein der jeweils angegebene Herausgeber verantwortlich. In der Regel ist dieser der Urheber der Presstexte sowie der angehängten Bild und Informationsmaterialien. Das TRENDKRAFT-Pressportal ist für den Inhalt dieser Pressemitteilung nicht verantwortlich und übernimmt keine Haftung für die Korrektheit oder Vollständigkeit der dargestellten Meldung. Die Nutzung von hier archivierten Informationen zur Eigeninformation und redaktionellen Weiterverarbeitung ist in der Regel kostenfrei. Vor der Weiterverwendung sollten Sie allerdings urheberrechtliche Fragen mit dem angegebenen Herausgeber klären. Eine systematische Speicherung dieser Daten sowie die Verwendung auch von Teilen dieses Datenbankwerks sind nur mit schriftlicher Einwilligung durch das TRENDKRAFT-Pressportal gestattet.

Des Weiteren beachten Sie bitte unseren Haftungsausschluss unter: <https://trendkraft.io/haftungsausschluss>