Unterstützung bei der Suche nach Auszubildenden

Artikel vom **15. Januar 2024**
Ausbildung, Weiterbildung

Bereits zum fünften Mal zeigt das Magazin »MeinMetall«, wie modern und zukunftsorientiert Metallberufe sind. Auch die Ausgabe 2024 will Betriebe bei der Suche nach Auszubildenden wieder unterstützen.



Bild: PSE Redaktionsservice GmbH.

Nachwuchs im Handwerk zu suchen, ist nach wie vor für viele Unternehmen eine Herausforderung. Um ihre Zielgruppe besser zu erreichen, gehen einige auch neue Wege, z. B. über die Plattform TikTok. Dass diese PR-Versuche jedoch auch kläglich scheitern können, zeigt nicht zuletzt die Geschichte eines Auszubildenden in einem Gerüstbauunternehmen, die im Sommer 2023 viral ging. Außer demütigender Memes, die sich aus dem Social-Media-Clip für den Auszubildenden ergaben, erlitt das verantwortliche Unternehmen einen Imageschaden. Denn: Im Video stellte der Ausbildungsleiter einen Auszubildenden bloß, der oft um eine Antwort verlegen war. Auch wurden Boni genannt und direkt mit deren Streichung gedroht. Selbst mit einem »Nichtraucher-Bonus« oder Boni, die für pünktliches Erscheinen ausbezahlt würden,

wurde geworben. Besonders gut kamen dabei weder der Auszubildende noch die Firma weg. Doch auch für andere Betriebe hatte diese Aktion in den sozialen Netzwerken Folgen, denn das Video war kein Paradebeispiel für die Nachwuchswerbung im Handwerk.

Vorteile der Ausbildung im Metallbau werden dargestellt

Mit dem Magazin »MeinMetall« gibt es eine bewährte Alternative. Das fünfte Jahr in Folge unterstützt das Magazin auch 2024 wieder Unternehmen bei der Suche nach Auszubildenden. Es gibt dem Nachwuchs im Metallbau eine Stimme und zeigt, dass es auch anders laufen kann als im obigen Fall. Dabei werden Vorurteile beseitigt und es wird herausgestellt, dass eine Ausbildung im Metallbau für einen gefragten Arbeitsmarkt qualifiziert und viele Weiterbildungsmöglichkeiten bietet. Ein spezieller Bericht über die vielfältigen Karrierechancen im Metallhandwerk ist ebenfalls in der aktuellen Ausgabe zu finden. »Wir möchten die Zielgruppe so sinnvoll wie möglich ansprechen. Deshalb setzen wir auch verstärkt auf spannende Videos, Reportagen oder Basisinformationen – von kleinen Familienbetrieben bis hin zu internationalen Unternehmen ist alles dabei. Außerdem ermöglichen wir Jugendlichen den Zugang zu Metallbau-Communities auf Facebook, Instagram oder YouTube. Denn: Das Thema Social Media spielt natürlich trotz allem eine große Rolle. Beispielsweise gibt es rund ums Thema Schweißen hervorragende Reels und Stories, die die Aufmerksamkeit von Jugendlichen auf sich ziehen, oder Firmen, die auf Instagram Einblicke in ihren Berufsalltag geben. Wichtig ist am Ende, dass wir als Branche dazu beitragen, dass die Jugendlichen in den sozialen Netzwerken auf positive Beispiele treffen. Content statt amateurhaftem Recruiting ist hier das Stichwort«, so Chefredakteurin Carolin Thoma. Als Print-Ausgabe vermittelt das Magazin ein professionelles Branchenimage, als Website interaktive Inhalte und auf den Social-Media-Kanälen ein persönliches Netzwerk. Kostenlose Probehefte können Betriebe im Metallbau online anfordern.

Hersteller aus dieser Kategorie

Hartmetall-Werkzeugfabrik Paul Horn GmbH
Horn-Str. 1
D-72072 Tübingen
07071 7004-0
info@de.horn-group.com
www.horn-group.com
Firmenprofil ansehen

© 2025 Kuhn Fachverlag