



Employer Branding Kampagne für Lehrlinge

Die **Fritz EGGER GmbH & Co. OG** beschäftigt zum jetzigen Zeitpunkt am Standort St. Johann 33 in Wörgl 9 und am Standort Unterradlberg 18 Lehrlinge. Die Gesamtanzahl bewegt sich zwischen 55 bis 60 Lehrlinge, Tendenz steigend in Österreich. Zu unserem Ausbilderteam gehören 38 Ausbilder und 1 Vollzeit Ausbilder, die sich in Tirol auch an dem Programm des Ausbilderforums bez. Dipl. Ausbilder beteiligen. Seit nun bereits über 50 Jahren werden Lehrlinge in den unterschiedlichen Berufsbildern, vorwiegend im technischen Bereich, ausgebildet.

Projektbeschreibung Die Umsetzung der Employer Branding Kampagne für Lehrlinge bzw. zukünftige Fachkräfte wurde in einem sehr ambitionierten Zeitrahmen von 6 Monaten umgesetzt. Es wurden dabei die Homepage (www.egger.com/lehre) neu gestaltet, passend dazu im CI (Corporate Identity) die Broschüren, der Messestand inkl. Roll-Ups und auch eine Facebook (www.facebook.com/egger.lehre.at) Seite ins Leben gerufen. Vorwiegend war es das Ziel die Bilder und Emotionen für sich sprechen zu lassen. Der Text (Kerninformationen) wurde absichtlich nur auf das notwendigste beschränkt.

Warum wurde das Projekt ins Leben gerufen? Das Projekt war notwendig um einen USP/unique selling proposition (Alleinstellungsmerkmal) zu schaffen. Wir wollten erreichen sofort unter den Mitbewerbern am Arbeitsmarkt von den Jugendlichen und Eltern erkannt zu werden. Die herkömmliche Art der Bezeichnung der Lehrberufe hebt sich nur schwer von den übrigen Mitbewerbern ab. Die Lehrlinge und Ausbilder wurden aktiv in die Konzipierung mit einbezogen. Ihre Themen und Wünsche wurden berücksichtigt. Somit wird dieses Konzept und Erscheinungsbild von den Lehrlingen u. Ausbildern selbst getragen. Die Erfahrungen daraus sind sehr positiv. Die Lehrlinge und Ausbilder schätzen es entsprechend gefragt und in die aktuellen Änderungen mit einbezogen zu werden.

Werden solche oder ähnliche Projekte wieder durchgeführt? Es wird verstärkt auf die Einbeziehung der Zielgruppen Rücksicht genommen. Auch wenn es zum Teil zeitintensiv ist, wird der Aufwand bewusst in Kauf genommen um eine entsprechende Akzeptanz zu schaffen. Laufend erfolgen Optimierungen die mit dem Projektteam abgestimmt werden. Jüngstes Beispiel die Änderung des „Wood Rockers“ auf den „Wood Innovator“, dies bezeichnet den Lehrberuf des Holztechniklers.

Es war für uns eine **Herausforderung** sich an die neuen Begriffe zu wagen. Wir haben uns dazu auch von einer externen Agentur beraten lassen. Keiner konnte jedoch den Effekt einschätzen, welche die neue Homepage, Broschüren, Begriffe für die Lehrberufe od. Facebook Seite tatsächlich hervorrufen würden. Die Herausforderung war es alle Zielgruppen von den Jugendlichen über die Eltern wie auch die Lehrer anzusprechen. Speziell die Facebook Seite www.facebook.com/egger.lehre.at schafft die gewünschte Dynamik zeitnah über Ereignisse zu berichten. Unser Lehrlingsredaktionsteam EGGER Österreich setzt sich aus 8 Lehrlingen aus dem 2-3 Lehrjahr zusammen. Diese sind in Abstimmung mit einem Personalisten verantwortlich, was aktuell über die Lehrlingsausbildung bei EGGER berichtet wird.