

Pluspunkte

IN DIESER AUSGABE



Seite 2
Junge Experten
Warum es sich lohnt, Auszubildende beim Personalmarketing einzubinden

Seite 3
Detailliertes Konzept
Das Team von Sanofi-Aventis landete im Wettbewerb auf Platz 1

Seite 4
Verschiedene Ansätze
Die prämierten Beiträge waren innovativ, kreativ und humorvoll

EDITORIAL

Liebe Leserinnen, liebe Leser,



in diesem Jahr haben wir unseren Azubi-Wettbewerb zum 25. Mal ausgetragen. Die Rekordzahl von 37 Teams zeigt, wie gut dieses Angebot an unseren Nachwuchs auch heute noch angenommen wird. Die Idee dazu stammt

aus dem Jahr 1995 und war zunächst nur auf fünf Jahre ausgelegt.

Inzwischen ist der Wettbewerb in vielen Betrieben fester Bestandteil der Ausbildung geworden. Er fördert Teamfähigkeit und Kreativität und leitet junge Menschen dazu an, sich mit einem aktuellen Thema der Branche auseinanderzusetzen. In diesem Jahr ging es um die Gewinnung von Fachkräften.

Deshalb stand das Ausbildungsmarketing im Mittelpunkt der Aufgabenstellung – und es kamen sehr viele einfallsreiche, nachahmenswerte Ideen zusammen. Lesen Sie mehr dazu auf diesen Seiten.

Ihr
Dirk Meyer
Hauptgeschäftsführer HessenChemie

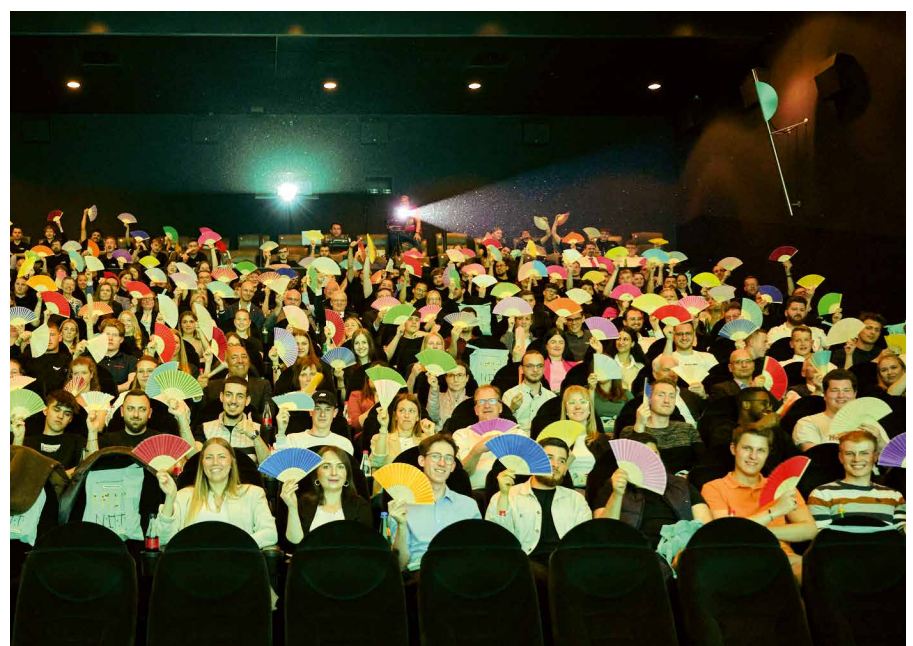
Azubis als Ausbildungs-Influencer

Wie lassen sich Jugendliche für eine Ausbildung begeistern? Das fragte HessenChemie genau jene, die es aus eigener Erfahrung wissen müssen: Auszubildende aus den Mitgliedsunternehmen. Ende Mai wurden die Gewinner des Azubi-Wettbewerbs 2024 prämiert.

Wohl selten war ein Kinosaal bereits am frühen Nachmittag so voll: Kaum ein Sessel blieb frei, als HessenChemie am 23. Mai 2024 im Sulzbacher Kinopolis die Sieger des diesjährigen Azubi-Wettbewerbs kürte. Moderator Tobias Radloff, vielen bekannt aus RTL Hessen und FFH, führte durch die unterhaltsame Veranstaltung, zu der Auszubildende aus ganz Hessen gemeinsam mit ihren Ausbildern angereist waren.

Unter dem Motto „Ausbildung – HOT OR NOT?“ hatte der Arbeitgeberverband den Nachwuchs seiner Mitgliedsunternehmen eingeladen, als Ausbildungs-Influencer kreativ zu werden.

Fortsetzung auf Seite 2



Rund 200 Auszubildende und ihre Ausbilderinnen und Ausbilder verfolgten die Siegerehrung des Azubi-Wettbewerbs im voll besetzten Saal des Sulzbacher Kinopolis.

Fortsetzung von Seite 1

162 Azubis aus 23 Unternehmen und ganz unterschiedlichen Berufen folgten dem Aufruf und bearbeiteten die Aufgabe mit viel Herzblut und Engagement. In insgesamt 37 Teams entwarfen sie unter anderem Videoclips, Präsentationen sowie Konzepte für Schul- und Betriebsbesuche, um Schülerinnen und Schüler für eine Ausbildung in ihrem eigenen Unternehmen zu begeistern. Auch Künstliche Intelligenz (KI) setzten sie dafür ein – das war dieses Mal ausdrücklich erlaubt.

Die Auswahl fiel entsprechend schwer: „Die Qualität und Kreativität der Beiträge waren außergewöhnlich“, sagte Dr. Udo Lemke, Geschäftsführer von Provadis und Vorsitzender der sechsköpfigen Jury. „Wir waren sehr beeindruckt, wie digital unsere Azubis denken und arbeiten. Erstmals in dem Wettbewerb haben wir dieses Jahr ausschließlich digitale Einreichungen erhalten.“ Ausdrücklich dankte Lemke den Ausbilderinnen und Ausbildern für die Unterstützung ihrer Teams sowie den Unternehmen, die allen Beteiligten die Zeit dafür einräumten.

Ganz oben auf dem Siegereppchen stand am Ende das Team von Sanofi-Aventis, das per PowerPoint-Präsentation ein umfangreiches Konzept für eine zielgenaue Schüleransprache ausgearbeitet hatte (siehe Seite 3). Drei weitere Hauptpreise gingen an Elkamet Kunststofftechnik, Heubach und Engelhard Arzneimittel; darüber hinaus vergab die Jury einen Sonderpreis (siehe Seite 4).



In seiner Laudation hob der Jury-Vorsitzende Dr. Udo Lemke (Provadis) die hohe Qualität der diesjährigen Wettbewerbsbeiträge hervor.

Die Erstplatzierten erhielten 2.000 Euro, die Zweiten 1.500 Euro, das Team auf dem 3. Platz konnte sich über 1.000 Euro freuen. Der 4. Platz sowie der Sonderpreis wurden mit jeweils 500 Euro belohnt. Zudem erhielten alle Sieger-Teams repräsentative Glaspokale und Urkunden.

HessenChemie führt den Azubi-Wettbewerb alle zwei Jahre durch – in diesem Jahr bereits zum 25. Mal. Er richtet sich an Auszubildende, dual Studierende und Teilnehmende an Förderprogrammen in den Mitgliedsunternehmen des Verbandes. ■



Jürgen Funk ist Geschäftsführer Verbandskommunikation und politische Öffentlichkeitsarbeit beim Arbeitgeberverband HessenChemie und zudem verantwortlich für den Bereich Ausbildung.

Azubis als Experten einbinden

Drei Fragen an Jürgen Funk

1> Wie kam es zur Aufgabenstellung des diesjährigen Wettbewerbs?

Ausbildung ist eine wichtige Säule der Nachwuchssicherung. Seit nunmehr 21 Jahren gibt es in unserer Branche den Tarifvertrag „Zukunft durch Ausbildung“. Er wurde abgeschlossen, als es für junge Menschen sehr schwierig war, einen Ausbildungsplatz zu bekommen. Heute dagegen haben Unternehmen Probleme, ihre angebotenen Ausbildungsplätze zu besetzen. Der Markt hat sich quasi gedreht. Die Unternehmen investieren immer mehr in das Ausbildungsmarketing und suchen nach neuen Ansätzen

Entdeckungstag für Schülerinnen und Schüler

Eine Konzeptionsarbeit mit vielen kreativen Elementen: Mit diesem Beitrag landete Sanofi-Aventis auf Platz 1.

Azubis laden Schülerinnen und Schüler zum Besuch in ihr Unternehmen ein, stellen dieses vor – und die Ausbildung und deren Vorteile gleich mit: Für einen solchen „Berufs-Entdeckungstag“ erarbeiteten Alicia Opferkuch und Marie-Isabel Slim von Sanofi-Aventis Deutschland eine

detaillierte Konzeption. In Form einer animierten PowerPoint-Präsentation reichten sie sie bei der Jury ein: Von der Ankunft im Betrieb über die Ausstattung mit Sicherheitsschuhen in passender Größe, die Werksrundfahrt und den Besuch im Lager legten sie eine akribische Planung vor. Die angehende Industriekauffrau und die zukünftige Fremdsprachenkorrespondentin sahen jedoch nicht nur jede Menge Informationen zu

unterschiedlichen Ausbildungsberufen vor. Sie bauten außerdem in „Stationsspielen“ zahlreiche motivierende Elemente ein – so zum Beispiel ein Memory-Spiel, in dem Medikamente ihrer Funktion zugeordnet werden sollen, oder einen Bausatz, aus dem ein Insulin-Pen zusammengesetzt werden muss. Hierin lag die besonders kreative Eigenleistung.

Darüber hinaus haben sie die Inhalte an unterschiedliche Zielgruppen angepasst: Für Klassen mit fremdsprachlichem Fokus gibt es andere Schwerpunkte als für Biologie-Leistungskurse, für Realschulklassen andere als für Gymnasien, für kleine Klassen andere als für große.

Die Jury war beeindruckt und setzte das Team auf Platz 1. Jury-Mitglied Alexander Moutchnik, Professor für Medienwirtschaft und Medienökonomie an der Hochschule Rhein-Main, lobte: „Hier haben sich zwei Auszubildende bis ins Detail Gedanken darüber gemacht, wie sie ihr Unternehmen schmackhaft machen können.“ ■



Alicia Opferkuch und Marie-Isabel Slim von Sanofi-Aventis Deutschland mit ihrer Ausbilderin Silke Larsen freuen sich über den 1. Platz des Azubi-Wettbewerbs.

und Zielgruppen. Deshalb haben wir einfach mal unsere Jüngsten gefragt, wie sie es machen würden.

2> Welche Erkenntnisse lassen sich aus den eingereichten Beiträgen ableiten?

Zunächst einmal: Es lohnt sich absolut, die Auszubildenden in die Konzeption und die Umsetzung eigener Marketingaktivitäten einzubeziehen. Denn ihre Berufsorientierung liegt noch nicht lange zurück, sie sind sozusagen Experten im Umgang mit der jungen Zielgruppe. In unserem Wettbewerb haben sie Ideen eingereicht, auf die wir Erwachsene wahrscheinlich nicht gekommen wären. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer zeigen aber vor allem eins: Begeisterung. Sie sind stolz auf das, was sie tun, und davon können sie bestimmt auch andere Jugendliche überzeugen.

3> Wie unterstützen die Verbände das Nachwuchsmarketing der Unternehmen?

Hier gibt es zahlreiche Angebote. Ich möchte vor allem die Ausbildungskampagne der Chemie-Arbeitgeber nennen: „Elementare Vielfalt – Deine Ausbildung in der Chemie“ bietet allen Mitgliedsunternehmen unter anderem die Möglichkeit, Stellenanzeigen kostenlos zu veröffentlichen. Die Kampagne wird zielgruppengerecht über Social-Media-Kanäle beworben und bietet eine Reihe weiterer Unterstützungsmöglichkeiten an. In Hessen haben wir zudem eine Talentsharing-Plattform eingeführt: Der Ausbildungsradar ist ein Ort für Suchende. Wir wollen Schülerinnen und Schüler mit Unternehmen zusammenbringen. Eine Win-win-Situation für beide Seiten.

Die Botschaft heißt: Ausbildung ist HOT!

Vier reguläre Preise und einen Sonderpreis hat die Jury des diesjährigen Azubi-Wettbewerbs vergeben.

In Super-Mario-Manier düsen Azubis von Elkamet Kunststofftechnik mit selbst gebauten Karts über ihr Firmengelände und stellen so die verschiedenen Arbeitsplätze vor. Während der rasanten Fahrt poppen zusätzlich Denkblasen mit den Ausbildungsvorteilen des Unternehmens auf. Mit dieser witzig-kreativen Umsetzung landeten Gizem Özkan, Juliette Kiesner und Ina Schmidt auf Platz 2.

„Findest du diese Ausbildung HOT or NOT?“ Diese Anspielung auf das Wettbewerbsmotto steht am Ende des Videos von Heubach. Ümit Demirtas, Marvin Trawka, Noel-Luca Caltsis und Marc Wirbitzki geben zuvor Einblicke in den Beruf des Chemikanten. Die Stimme aus dem Off ließen sie per Künstlicher Intelligenz (KI) generieren. Die Jury wählte diesen Beitrag auf Platz 3.

Der 4. Platz ging an das Team von Engelhard Arzneimittel. Fenja Rohmann, Lara Haub und Angelina Philipp setzten ihre Idee besonders humorvoll um: In ihrem Video deckt „Anzeigenhauptmeisterin Paula“ vermeintliche Arbeitsverstöße der



Die Gewinnerteams freuten sich über Geldpreise und Pokale, am Ende der Preisverleihung präsentierten sie stolz ihre Siegerurkunden.

Mitarbeitenden auf, die in Wirklichkeit jedoch die Vorzüge einer Ausbildung bei Engelhard unterstreichen.

Neben diesen regulären Auszeichnungen verlieh die Jury einen Sonderpreis an die Azubis der Heraeus Group, die sich vom aktuellen KI-Trend hatten inspirieren lassen. Lorenz Bindernagel, Darko Šimić, Leon Herget, Nicole Berg und Maximilian Alexander Partin entwickelten einen innovativen Chatbot, der dazu beitragen soll, junge Menschen für eine Ausbildung oder ein duales Studium zu begeistern. ■

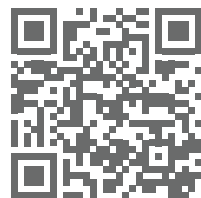


Termin Wie lassen sich Ausbildungsabbrüche vermeiden? Das beantworten wir beim **7. FORUM Ausbildung am 09.09.2024** auf dem HessenChemie Campus in Wiesbaden. In Impulsvorträgen und Workshops hinterfragen wir mögliche Gründe für Ausbildungsabbrüche. Experten aus der betrieblichen

Praxis präsentieren Lösungsstrategien und neue Ansätze. In Workshops diskutieren wir, was Ausbilder und Ausbilderinnen beitragen können. Hauptamtliche Ausbilder, aber auch ausbildende Fachkräfte können sich jetzt anmelden:



Tipp **Praktika** sind für die **berufliche Orientierung** ein äußerst wirksames Instrument. Deshalb haben Bundesagentur für Arbeit, Bund Deutscher Arbeitgeber und SCHULEWIRTSCHAFT eine neue Website an den Start gebracht: Dort finden Unternehmen, Jugendliche, Lehrkräfte und Eltern Informationen rund um Vertrag, Vergütung und rechtliche Rahmenbedingungen. Grundlage sind die Erfahrungen des Netzwerks SCHULEWIRTSCHAFT, in das sich HessenChemie mit einem regionalen Arbeitskreis einbringt.



IMPRESSUM

V.i.S.d.P.: Jürgen Funk
Redaktion:
 Dr. Ute Heinemann
 (Kommunikation + Coaching, Frankfurt)
 Petra Diener, Jürgen Funk (beide HessenChemie)
Layout: Q GmbH, Wiesbaden
Fotos: Ivgenia Möbus
Kontakt: Jürgen Funk
 Arbeitgeberverband Chemie und verwandte
 Industrien für das Land Hessen e. V. (HessenChemie)
 Murnastraße 12, 65189 Wiesbaden
 Telefon 0611 7106-49, Mobil 0162 2710649
 funk@hessenchemie.de
 www.hessenchemie.de



HESSENCHEMIE