

4. LEHRLINGSMARKETING PRAXISFORUM 2022

Virtuelle Welten – analoge Erlebnisse: Bleiben wir in Verbindung!

Wien, 20. & 21. Juni 2022

BRAND4YOUNG
TALENTS
2022

inkl. Verleihung der Lehrlingsmarketing Awards 2022

powered by:



EMPLOYER BRAND
Managers Club

SYMBIOSIS
STRATEGY & BRANDING

wooomme

SUPPORTED BY



POWERED BY



EMPLOYER BRAND
Managers Club



SYMBIOSIS
STRATEGY & BRANDING

wooomme

www.lehrlingsmarketing.at



Lehrlingsmarketing Praxisforum

VIRTUELLE WELTEN – ANALOGE ERLEBNISSE: BLEIBEN WIR IN VERBINDUNG!

DER ABLAUF

- Expertenbeiträge renommierter Wissenschaftler, Forscher und Autoren
- Die Toolbox, mit der Sie Ihr HR-Marketing & -recruiting sofort upgraden
- Smart Solutions, die zukünftig für das Lehrlings- und Schülermarketing unverzichtbar sind
- Success-Stories aus der Pionierarbeit internationaler Unternehmen in Sache Talent-Attraction
- Best-Practice-Beispiele zum Entwickeln und Binden von Talenten der Generation Z

DIE ZIELGRUPPE

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

75% DER KURSKOSTEN SIND FÖRDERBAR

TeilnehmerInnen des Lehrlingsmarketingforums die eine Ausbilder-Prüfung absolviert haben, können sich 75% der Nettokurskosten über die Initiative „Lehre fördern“ rückvergüten lassen. Dafür müssen Sie lediglich einen entsprechenden Förderantrag ausfüllen, den Sie dann nach Ihrer Teilnahme gemeinsam mit der Teilnahmebestätigung und der Rechnung bei der zuständigen Wirtschaftskammer Ihres Bundeslandes einreichen.



KNOWHOW – State of the Art:

Holen Sie sich neue Impulse zur Stärkung Ihrer Arbeitgeber-Marke. Durch Fallbeispiele renommierter Unternehmen und erfahrener Praktiker.



HANDS ON APPROACH:

Erarbeiten Sie in Workshop-Sessions gemeinsam mit den Teilnehmenden Lösungen für Ihre Herausforderungen.



CAMPS:

Bringen Sie Ihre brennendsten und aktuellsten Fragestellungen mit und diskutieren Sie diese mit Experten und Praktikern in den Erfahrungsaustausch-Camps.



NETWORKING:

Erweitern Sie Ihre berufliches Netzwerk mit Gleichgesinnten aus Marketing, Kommunikation und HR.



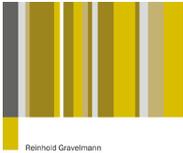
Zertifikat:

Holen Sie sich ein Teilnahmezertifikat der Branding Academy für Ihren CV.

KEY NOTES



Reinhold Gravelmann
Dipl. Sozialpädagoge, Diplom
Pädagoge, Autor
Referent beim AFET-Bundesverband
für Erziehungshilfe e.V.



Betriebliche Ausbildung unter Pandemiebedingungen
Die Pandemie hat Lehrlinge und Betriebe stark gefordert. Die Ausbildungen fanden unter spezifischen Bedingungen statt, die berufliche Integration war erschwert und es gab Verschiebungen am Ausbildungsmarkt. Wie haben junge Menschen auf die Krise reagiert, wie

Betriebe? Was ist betrieblicherseits gelungen? Welche Probleme gab und gibt es? Wie hat sich die Krise ausgewirkt, etwa im Kontext Bewerberverhalten und in Bezug auf zunehmende Digitalisierung? Was kann aus den Erfahrungen gelernt werden? Aspekte, die dieser Impulsvortrag aufgreift.



Fred Mahringer
Senior Director Human Resources
A1 Telekom Austria AG



„Lehre bei A1: mein persönlicher Rückblick, Status und Ausblick“

Begonnen habe ich meinen beruflichen Werdegang mit einer Lehre als Nachrichtenelektroniker bei A1. Eine abgeschlossene HTL, ein Studium der Betriebswirtschaft und eine Promotion zeigen, dass die Lehre ein Einstieg aber nicht das Ende des Lernens ist. Ich werde darüber berichten, wie mir das in der Lehrzeit Erlernte noch heute hilft – von der theoretischen, der praktischen Grundlagenausbildung bis hin zu den damals angeeigneten sozialen Kompetenzen. Ein Ausblick auf die nächsten 3-5 Jahre soll die Bedeutung der Lehre in Österreich und für A1 greifbar machen.

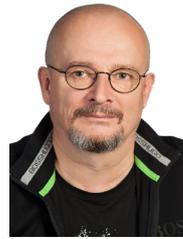


Felicia Ullrich
Geschäftsführende Gesellschafterin
u-form Testsysteme GmbH & Co KG



Die Azubi-Recruiting Trends 2022 – Bleibt alles anders?

Eine Generation mit besonderen Anforderungen und hohem Selbstbewusstsein. Dazu zwei Jahre voller Krisen und Einschränkungen. Digitalisierung und Nachhaltigkeit als wachsende Herausforderungen. Social Media und KI als der große Hype. Mittendrin Sie und die Rekrutierung Ihrer Lehrlinge und viele Fragen. Was ändert sich, was bleibt? Was sind Trends, was ist Hype und was kann weg? Felicia Ullrich wirft mit Ihnen einen Blick auf Deutschlands größte doppelerspektivische Studie „Azubi-Recruiting



Bernhard Heinzlmaier
Mitbegründer und Vorsitzender des
Instituts für Jugendkulturforschung
Leiter Marktforschungsunternehmen
T-Factory

Die Lehre als unterschätzte Karrierechance. Neue Erfolgsperspektive der berufspraktischen Ausbildung in Zeiten der Akademikerschwemme.

Die Lehre hat noch immer ein Statusproblem. Eltern aus der gesellschaftlichen Mitte, vor allem, wenn sie im urbanen Raum zu Hause sind, versuchen um jeden Preis, ihre Kinder zur Matura zu bringen und dann an die Universität. Der Statuswert eines akademischen Abschlusses ist so hoch, dass selbst Einkommensnachteile gegenüber Facharbeitern in Kauf genommen werden. Attraktiv ist die Lehre dort, wo qualitativ hochwertige NMS existieren. Das ist vor allem im ländlichen Raum der Fall. Der Flaschenhals, der einen stärkeren Zustrom zur Lehre verhindert, sind die nicht populären NMS in Wien und anderen österreichischen Großstädten.



Mario Derntl
Geschäftsführer
zukunft.lehre.österreich



Lehre mit Matura – ein österreichisches Missverständnis?

Absolventen von Lehre mit Matura stehen alle Karrieremöglichkeiten am Arbeitsmarkt offen. Aktuelle Studien belegen beim Abschluss von Lehre mit Matura sogar ein höheres Karrierepotential als bei einer akademischen Ausbildung. Und dennoch kämpft das österreichische Lehre mit Matura-Modell mit hohen Abbruchquoten und stagnierender Beliebtheit? Kann Lehre mit Matura sogar ein Hebel im Employer Branding und der Akquise von zukünftigen Lehrlingen sein? Mario Derntl, Geschäftsführer von zukunft.lehre.österreich, der größten Lehrlingsinitiative Österreichs, möchte dieser Frage auf den Grund gehen.



Josef Zotter
Geschäftsführer
Zotter Schokolade



Lehre und Ausbildung bei Zotter – die Förderung von Talenten im Fokus

Die Ausbildung hat bei Zotter einen hohen Stellenwert. Josef Zotter startete seine Karriere selbst als Lehrling zum Koch/Kellner/Konditor und eroberte schon bald verschiedene Hotels der Luxusklasse, unter anderem auch in New York. In seiner Schokofabrik in Bergl möchte er sein Know-how in verschiedenen Bereichen weitergeben und qualifizierte Fachkräfte ausbilden, damit auch in Zukunft Zotters hochwertige Schokolade von den besten Mitarbeiter*innen der Welt produziert wird. Josef Zotter ist es wichtig, seine Lehrlinge von Beginn an in alle Arbeitsprozesse einzubinden. Auch nach der Ausbildung stehen den fertigen Fachkräften alle Türen und Tore bei Zotter offen.



Paula Dorten
Klimaaktivistin bei
„Fridays For Future“

Warum Bambuszahnbürsten nicht reichen.

Um die Klimakrise zu überwinden, braucht es mehr als nur grüne Anstriche. Für ein „so - tun - als - ob“ haben wir keine Zeit mehr. Die laute Generation von heute fordert mutige Unternehmen für ein klimagerechtes Morgen. Ein Aufruf an die Wirtschaft zu Klimaaktivismus und Ehrlichkeit.

Paula Dorten ist 16 Jahre alt, Autorin und Klimaaktivistin bei „Fridays For Future“ und dem „Jugendrat“. Sie thematisiert die Krisen unserer Zeit auch als Slam Poetin auf der Bühne.



Cécile Meier
Content Strategie und
nachhaltige Creation
Green Recruiting



Janine Kaselitz
Co-Initiatorin von Green Recruiting,
Strategin
Green Recruiting



Green Recruiting - Denkanstöße für eine neue Generation

Warum Green Recruiting? Ziel der Initiative, Green Recruiting Action Plan, Future Talents gewinnen

BEST-PRACTICE & WORKSHOPS:



Derya Bozkurt
Global Employer Branding Technology
& Innovation Manager
Evonik Industries



Maximiliane Oellinger
Global Employer Branding Digital
Media Manager
Evonik Industries



Evonik goes TikTok

Video ist besser als Print. Authentizität schlägt Perfektion. Kurz ist besser als lang. Evonik startet einen globalen TikTok-Kanal. Warum? Wir wollen der Nachfrage nach Video-, sowie zielgruppen- und kanalgerechten Content gerecht werden. Mit kurzen Videos machen wir den Arbeitsalltag und die Karrieremöglichkeiten bei Evonik für Schüler*innen sichtbar und das als First-Mover in der Chemiebranche!



Christoph Radon
Social Recruiting Experte
REKUNO OG



Wolfgang Krapesch
Employer Branding Experte
REKUNO OG



„Goodbye Conversion-Killer: Express-Bewerbung mit Recruiting-Funnel und WhatsApp-Interview

- Recruiting-Funnel und WhatsApp-Bewerbungsinterviews im Vergleich
- Employer Branding-Pitch im Rahmen der Express-Bewerbung
- Erfolgsfaktoren, Tipps und Tools für die Umsetzung



Manuela Neumann
Experte für Personalentwicklung
DEUTSCHE TELEKOM AG



Nadine Tebbe
Experte für Schülermarketing
DEUTSCHE TELEKOM AG



„Hochfahren statt hinfahren“ – das virtuelle Schülerpraktikum bei der Deutschen Telekom AG

Wir gehen neue Wege in der Berufsorientierung und nutzen die Chancen der Digitalisierung in unserem virtuellen Schülerpraktikum: Die Teilnehmenden erwarten standortunabhängig vielfältige Einblicke in unser Unternehmen und in den Arbeitsalltag unserer Auszubildenden und dual Studierenden. Dabei setzen wir auf eine individuelle Betreuung durch erfahrene Ausbilder*innen, um jeden Teilnehmenden in seiner persönlichen Berufsorientierungsphase zu unterstützen und Sicherheit für die ersten Schritte in die



Daniel Wagner
Gründer
Smovie Film



Stefan Klameth
Gründer
Smovie Film



Hoch ist das neue Quer: Vertical Video im HR

Herkömmliche Filme sind Breitbild im Seitenformat 16:9. Kaffee von gestern? Irgendwie schon. In den Sozialen Medien sind Fullscreen Vertical Videos 9:16 der neue Standard. TikTok, Instagram Reels und Facebook Reels geben den Takt an. Was bedeutet das für die Produktion von Social Media Content, wo angesagte Sounds, Stickers, Headlines und Untertitel zum Video dazugehören? Die zwei Smovie Gründer Stefan Klameth und Daniel Wagner geben Praxistipps fürs vertikale Filmen mit dem Smartphone. Denn Hochformatvideos bedingen eine völlig neue Denke.



Cécile Meier
Content Strategie und
nachhaltige Creation
Green Recruiting



Janine Kaselitz
Co-Initiatorin von Green Recruiting,
Strategin
Green Recruiting



Interne Transformation durch Green Recruiting

Was ist die Green Recruiting Initiative, Herausforderungen von modernen Unternehmen, Green Recruiting anwenden, Interaktiver Teil: Future Talents



Tamara Gabardi
Leitung Recruiting, Employer Branding
& Kommunikation
MAGNA Powertrain GmbH & Co



Deniz Sen
HR Experte Marketing &
Kommunikation
Stadtwerke Düsseldorf AG



Stell dir vor! Verwirkliche deine Vision als Lehrling bei MAGNA Powertrain.

Weltklasse-Antriebssysteme für die Mobilität von morgen. Daran arbeiten wir bei Magna Powertrain mit Begeisterung. Als ein führender Anbieter in der globalen Automobilindustrie bieten wir ein umfassendes Leistungsspektrum in Design, Entwicklung, Prüfung und Herstellung von komplexen Antriebsstrang- und Getriebesystemen. Unser Name steht für Qualität, Umweltbewusstsein und Sicherheit. Unser Herz schlägt für Innovationen. Das spiegelt sich auch in unserer Lehrlingsausbildung und unserem Lehrlingsmarketing wieder. Kommen Sie zu unserem Praxisbeitrag beim Lehrlingsmarketing Jahresforum 2022 und lassen Sie uns gemeinsam einen Blick auf den Ist-Stand bei MAGNA Powertrain werfen, aber auch über Zukunftsvisionen, Potenziale & Chancen sprechen!

#AusbildungYourNextLevel die neue hybride Azubi-Kampagne der Stadtwerke Düsseldorf AG

Jedes Jahr veranstalten die SWD AG innovative Rekrutierungskampagnen im Ausbildungsbereich. Nach Jahren mit Joggen, Fahrradfahren und Tretbootfahren, wagen sich unsere Ausbilder:innen gemeinsam mit den Bewerber:innen an die Konsole. Ob Playstation oder Nintendo Switch, ob digital oder vor Ort. Bei einer gemeinsamen Spielerunde führen wir das Kennenlerngespräch mit jungen Menschen.



Dominique Muellner
HR Managerin Employer Branding
BILLA AG



Michèle Schaub
Employer Branding Specialist
Helvetia Versicherungen Schweiz



Das Gelbe vom Job? Eine Lehrausbildung voller Leben.

Inhalt folgt in Kürze

Selbstbestimmt durch die Ausbildung – modularer Aufbau bei Helvetia Versicherungen Schweiz

Fachkräfte von morgen suchen eine Ausbildung, bei der sie ihre Fähigkeiten weiterentwickeln und ihre Interessen verfolgen können. Erfahren Sie, wie Nachwuchskräfte bei Helvetia Versicherungen Schweiz dank eines modularen Aufbaus ihr Ausbildungsprogramm individuell mitgestalten und durch ein vielfältiges Kursangebot gleichzeitig ihre persönliche Leidenschaft entdecken können.



Philipp Hansa
Ö3-Wecker-Moderator

„Ich will und ich kann arbeiten! Und ich verdiene eine Chance!“ Ö3 sucht Lehrstellen für Jugendliche mit Behinderung

Die Alltagserfahrung von Jugendlichen mit einer Beeinträchtigung zeigt ganz deutlich: Sie haben es wesentlich schwerer, ihr Leben selbst in die Hand zu nehmen und mit einer guten Ausbildung und einem guten Job in einer guten Firma ihre Zukunft zu gestalten – und sie stehen damit wirklich oft im wahrsten Sinne des Wortes am Rand der Gesellschaft. Das will Ö3 ändern und stellt die zentrale Frage ans ganze Land: Welche Firma – welche Chefin, welcher Chef – ist bereit, nicht nur auf den ersten Blick zu beurteilen, sondern mit einem zweiten vielleicht ganz neue Möglichkeiten und Chancen für den Betrieb zu entdecken? Im Zentrum der Aktion stand am Sonntag, den 1. Mai 2022 bereits zum dritten Mal – nach 2019 und 2021 – ein ganzer Ö3-Tag unter dem Motto: „Ich will und ich kann arbeiten – und ich verdiene eine Chance!“ Ö3-Moderator Philipp Hansa moderierte einen ganzen Ö3-Tag lang gemeinsam mit Jugendlichen mit Behinderung. Jede Stunde war ein anderer Jugendlicher mit Philipp on Air – ihre Themen: Ihr Alltag, ihre Ziele und Wünsche für die Zukunft, was sie auf dem Weg in ein selbstständiges Leben wirklich behindert und warum sie für ihre zukünftige/n Arbeitgeber/in eine Chance sind. Die Ö3-Aktion rückt also nicht die Beeinträchtigung, sondern das Potential in den Fokus, denn neue Bilder erzeugen neues Denken und damit neue Chancen für beide Seiten. Und die Firmen ergreifen und bieten diese Chancen: Auch heuer haben sie wieder hunderte Lehrstellen gemeldet. Besonders positiv und letztlich entscheidend ist aber die nachhaltige Wirkung, denn der Eindruck der Jugendlichen, die sich auf Ö3 vorgestellt haben, wird jetzt und in Zukunft mit Sicherheit viele Betriebe motivieren, bei der Lehrlingssuche ganz selbstverständlich auch an Jugendliche mit Behinderung zu denken – weil sie nicht mehr nur ihre Beeinträchtigung sehen, sondern vor allem ihr Potential!



Claudia Bliem
Bereichsleiterin Human Resources
Herba Chemosan Apotheker-AG



Isabella Schmid
HR Generalistin und
Lehrlingsausbilderin
Herba Chemosan Apotheker-AG

Lehre@Herba Chemosan – „virtuelles Recruiting für reale Zukunftschancen“

„Lehrlinge sind unsere Spezialist:innen und Führungskräfte von morgen – deshalb war und ist es uns ein besonderes Anliegen, auch während der Pandemie Lehrlinge aufzunehmen und das Angebot an Lehrberufen zu erweitern. Wir haben unser Selektionsverfahren den Herausforderungen angepasst und drei virtuelle, interaktive Bewerbungstage durchgeführt. Anhand von Gruppenübungen, virtuellen Betriebsbesichtigungen und online Bewerbungstests haben sowohl Bewerber:innen als auch Ausbilder:innen wichtige Eindrücke gesammelt, sich gegenseitig kennengelernt und es wurde ein kontinuierlicher, erfolgreicher Recruitingprozess gewährleistet.“



Sandra Riedl
HR Country Specialist Austria
Mondi Group



Evelyne Panzenböck
Employer Branding Specialist Center
of Excellence
Mondi Group

MACH DEINE MONDI-STORY WAHR! Grow. Create. Inspire. Together. Social Media Lehrlingskampagne der Mondi Group

Aufhänger unserer Österreich und Deutschland weiten Lehrlingskampagne war es das Selbstvertrauen zu geben sich bei einem Global Player zu bewerben. Mondi ist der potentiellen Zielgruppe als Unternehmen und als Arbeitgeber eher unbekannt. Dazu kommt, dass gerade der Berufseinstieg ein Schritt ist, der mit vielen Fragen und Zweifeln verbunden ist und der viel Selbstvertrauen braucht, um bei einem der Großen einsteigen zu wollen. Das Thema Selbstvertrauen – mit Fokus auf Frauen im Berufsleben – soll mit dieser Lehrlingskampagne explizit angesprochen werden.

Mit unserem HERO-VIDEO möchten wir eine ehrliche Story erzählen, die nahe am Wesen der jungen Gen Z dran ist und die gerade vor einem möglichen Einstieg ins Berufsleben stehen. Und damit machen wir sie direkt zum fiktiven Bewerber bzw. zur fiktiven Bewerberin, die ihre eigene Geschichte wahr machen können. In unserer Kampagne vereinen wir Elemente aus der Mondi Corporate Identity mit Meme-Elementen und Überzeichnungen, um unsere Message sympathisch, nahbar und fun-to-watch zu kommunizieren. Unsere Message dabei ist: DU BIST ECHT GUT UND WIR WOLLEN DICH.



Simone Stolz
Lehrlingsbeauftragte Ö
Deichmann GmbH



Renate Reisinger
Personalentwicklung &
Training
Deichmann GmbH



Carmen Holub
Personalentwicklung &
Training
Deichmann GmbH

Blended-Onboarding

2020 Alles anders! Aufgrund der Pandemie im Jahr 2020 musste das gesamte Onboarding für den österreichweiten Lehrstart im August digital umgesetzt werden. Die Learnings aus dem virtuellen Klassenzimmer 2020 wurden für die Weiterentwicklung des Konzeptes und Implementation 2021 berücksichtigt. Aus dem Virtuellen Klassenraum wurde ein Blended-Onboarding bestehend aus Live-Online-Trainings, Selbstlernphasen und Training-on-the-Job Sessions. Abgerundet wurde das Onboarding-Programm durch eine Starter-Tour im Herbst. Dabei besuchten unsere Trainer*innen die Lehrlinge direkt in den Filialen und vertiefen das erworbene Wissen durch praktische Übungen im Einzelcoaching in den Bereichen Arbeitsprozesse in der Filiale und Warenpräsentation. Mit diesem innovativen Trainings-Konzept, welches auf dem sogenannten „Blended Learning Ansatz“ basiert, verbinden wir Online-Trainings mit klassischen Präsenzmethode und fördern zudem das integrierte Lernen. Auf diese Weise stellen wir sicher, dass unsere Lehrlinge das notwendige Basiswissen erwerben.



Rebecca Jelenko
Expertin Online Werbung
Österreichische Post AG



Benedikt Secker
Kampagnenmanagemen
Österreichische Post AG

Lezzz Go Lehre

Mit der Lezzz Go Lehrlingskampagne hat die Post nicht nur visuell und ästhetisch absolutes Neuland beschritten, sondern auch alle quantitativen Erwartungen und KPIs übertroffen. Ein authentischer TikTok Look & Feel, ohne dabei die Absenderin Österreichische Post zu verlieren — so geht's:

Mit #lehreliefertab wurde ein Kommunikationsdach geschaffen, das nur die Post für sich claimen kann und unter dem auch in Zukunft alles zum Thema Lehre stattfinden wird. „Lezzz Go Lehre“ ist dabei der emotionale Aufruf für die Kommunikation 2022.



Stefan Neubauer
Lehrling im Versicherungsvertrieb
WIENER STÄDTISCHE Versicherung AG



Andreas Hölzl
Verkaufsorganisator
WIENER STÄDTISCHE Versicherung AG

„Check die Lehre“ – Jobgame. Probiere dich als VersicherungsberaterIn aus!“

Mit dem Jobgame konnten wir im Lehrlingsrecruiting einen ganz neuen Weg beschreiten. Es sollen einerseits der Wert der Lehrausbildung hervorgehoben und weiters die vielfältigen Karrierewege aufgezeigt werden. Das Jobgame stellt die Wichtigkeit der Kundenberatung in den Vordergrund und unterstützt auch die immer wichtiger werdende Bedeutung des digitalen Beratungsgesprächs. Durch den genaueren Einblick in das Berufsbild und die Wiener Städtische als Lehrbetrieb, ermöglichen wir so Jugendlichen eine für sie gute Berufsentscheidung treffen zu können und profitieren durch eine im Vorhinein höhere Identifikation mit dem Unternehmen. Unsere Lehrlinge, MentorInnen und VertriebskollegInnen führen durch das Jobgame, ein enormer Mehrwert zu klassischen Recruitingformaten.



Kristina Juric
Recruiting & Employer Branding
Expertin
A1 Future Campus



Britta Schindler
Head of People & Change und Leiterin
A1 Future Campus

Die digitale A1 Reise.

Schon Anfang 2020 haben wir unser Lehrlingsmarketing und die Suche nach unseren Nachwuchstalente bei A1 „einmal auf den Kopf gestellt“, ohne zum damaligen Zeitpunkt mit einer mehr als zwei Jahre andauernden Pandemie zu rechnen – wir hatten also schon kurz vor dem ersten Lockdown auf Grundlage von Fokusgruppen mit unseren Lehrlingen einen ganz neuen Weg eingeschlagen – einen digitalen.

Wie sieht modernes Lehrlingsmarketing aus? Wie gelingt echte Candidate Experience in digitalen Castings und wie bindet man Nachwuchstalente nach der Zusage ans Unternehmen? Von der Ausschreibung bis zum Lehrlingsstart haben wir bei A1 die digitale Reise im Recruiting ganz neu, nachhaltig und erfolgreich gestaltet.



Jasmin Lackner
 Experte für Employer Branding
 REWE Group Österreich

„Online Event: Lehre bei der REWE Group“

Besondere Zeiten erfordern neue Lösungswege. Auf Grund der ausbleibenden Präsenzveranstaltungen konzipierte und organisierte die REWE Group ein Veranstaltungsformat, welches es interessierten Schüler:innen dennoch ermöglicht, in Austausch mit Ausbildungsbetrieben zu gehen. Das interaktive Format wurde von Schulklassen im Rahmen des Unterrichts besucht und schafft den Spagat zwischen Informationsveranstaltung und Employer Branding-Event. Mit rund 770 Schüler:innen österreichweit konnte diese wichtige Zielgruppe qualitativ und quantitativ erfolgreich erreicht werden.



Christine Sabongui
 Employer Branding &
 Lehrlingsmarketing
 Wiener Stadtwerke GmbH

Lehrlingskampagne 21/22: Deine Entscheidung!

Die Wiener Stadtwerke-Gruppe bietet für 2022 rund 160 Lehrstellen an – so viele wie noch nie! Um die passenden Bewerber*innen zu finden, setzen wir auf unsere Lehrlinge als glaubwürdige Models, echte Einblicke in den Joballtag und Medien, die von der Zielgruppe tatsächlich genutzt werden. In dieser Kampagne thematisieren wir, dass Jugendliche eine wichtige Entscheidung treffen müssen: aber nicht nur für ihre berufliche Laufbahn. Mit einer Lehre bei den Wiener Stadtwerken entscheiden sie sich für ihre Zukunft, ihre Umwelt und ihre Stadt.



Shirin James
 Account Directress & Strategist
 Papabogner GmbH



Verena Quell
 kfm. Lehrling
 ÖBB-Infrastruktur AG

Next Level Lehre

Als Top-Arbeitgeber und größter Mobilitätsanbieter des Landes steht Nachhaltigkeit nicht nur im Kern des Tagesgeschäftes der ÖBB, sondern auch des Recruitings. Um vor allem die nächste Generation für eine Karriere bei den ÖBB zu begeistern und den Bedarf an gut ausgebildeten Fachkräften zu decken, setzten die ÖBB beim neuen Außenauftritt des Lehrlingsrecruitings besonders auf eines: Identifikation und Kooperation. Denn wie auch die Jugendlichen selbst, kennen die ÖBB das immense Potenzial, das in ihnen steckt. Zeit, ihnen den Boost für ihre Karriere zu ermöglichen: mit der „NEXT LEVEL LEHRE“ bei den ÖBB. Die Gaming- und SciFi-inspirierte Kampagne inszeniert die Lehrlinge in einer futuristischen Welt als die Superheld:innen, die sie sein können und erreicht die Zielgruppe direkt auf digitalen Plattformen wie TikTok und Snapchat. Doch auch „In real life“ heben wir das Level: mit dem Reveal der gemeinsam mit Lehrlingen designten Workwear. Und zwar nirgendwo anders als in der Stratosphäre.



Fabrizio Acquaviti
 Consultant Field & Operations
 McDonald's Deutschland LLC

Auf der gelben Couch

Der Großteil junger Menschen kennt McDonald's als Arbeitgeber nicht oder zieht McDonald's als Arbeitgeber gar nicht erst in Erwägung. Die Erfahrung zeigt: Viele von ihnen haben klassische Vorurteile wie „Bei McDonald's arbeiten nur Ausländer!“, „Bei McDonald's lernst du nix!“ oder „Bei McDonald's wirst du nur ausgebeutet!“. Diesen und weiteren Vorurteilen stellten sich unsere Azubis und dual Studierenden beim Gespräch „auf der gelben Couch“ – sehr authentisch und gnadenlos ehrlich. Ziel der Kampagne war es, junge Menschen auf McDonald's als Ausbildungsbetrieb und das Ausbildungsprogramm sowie das Studienangebot aufmerksam zu machen und mit den Vorurteilen gegenüber McDonald's und damit auch gegenüber der Systemgastronomie aufzuräumen.



AGENDA

TAG 1 - 20. JUNI 2022

- 08:30 - 09:00 Uhr:** Einlass, Registrierung
09:00 - 09:15 Uhr: Welcome
09:15 - 10:00 Uhr: Key Note: Felicia Ullrich, u-form Testsysteme
10:00 - 10:45 Uhr: Key Note: Reinhold Gravelmann
10:45 - 11:15 Uhr: Pause
11:15 - 12:00 Uhr: 3 Break-out-Sessions parallel:
MAGNA Powertrain GmbH & Co
Evonik Industries
DEUTSCHE TELEKOM AG
12:00 - 12:45 Uhr: 3 Break-out-Sessions parallel: Topics siehe oben
12:45 - 13:45 Uhr: Mittagspause
13:45 - 14:30 Uhr: Key Note: Mario Derntl, zukunft.lehre.österreich
14:30 - 15:15 Uhr: 3 Break-out-Sessions parallel:
Billa AG
Stadtwerke Düsseldorf AG
Helvetia Versicherungen Schweiz
15:15 - 15:45 Uhr: Pause
15:45 - 16:30 Uhr: 3 Break-out-Sessions parallel: Topic siehe oben
16:30 - 17:15 Uhr: Key Note: Bernhard Heinzlmaier, jugendkultur.at
17:15 - 17:30 Uhr: Wrap-up

TAG 2 - 21. JUNI 2022

- 08:30 - 09:00 Uhr:** Einlass, Registrierung
09:00 - 09:45 Uhr: Key Note: Green Recruiting & Paula Dorten
09:45 - 10:30 Uhr: 4 Workshops parallel:
REKUNO OG
Smovie Film
Green Recruiting
Talk'n'Job
10:30 - 11:00 Uhr: Pause
11:00 - 11:45 Uhr: 4 Workshops parallel: Topic siehe oben
11:45 - 12:30 Uhr: Key Note: Josef Zotter, Zotter Schokolade GmbH
12:30 - 13:30 Uhr: Mittagspause
13:30 - 15:00 Uhr: Best-Practice Nominees: „Brand 4Young Talents“
15:00 - 15:30 Uhr: Key Note: Alfred Mahringer, A1 Telekom Austria
15:30 - 15:45 Uhr: Verleihung Sonderpreis Ö3
15:45 - 16:15 Uhr: Award-Verleihung & Abschluss

KONTAKT

Symbiosis Strategy & Branding
+43 662 89 00 13
office@symbiosis.co.at

MODERATION



Hannes Maier
Geschäftsführer
Symbiosis Strategy & Branding und
Employer Brand Managers Club



Christoph Harringer
Geschäftsführer
Symbiosis Strategy & Branding und
Employer Brand Managers Club

ORGANISATION

TERMIN:

20. & 21. Juni 2022

UHRZEIT:

Beginn: 20. Juni um 08:30 Uhr
Ende: 21. Juni um 16:15 Uhr

LOCATION:

Austria Trend Parkhotel Schönbrunn
Hietzinger Hauptstraße 10-14 1130 Wien

TEILNAHMEGEBÜHR:

Einzelticket: Euro 990,- exkl. MwSt.
Gruppenticket: komm´ 3 zahl´ 2

INFOS & ANMELDUNG:

www.lehrlingsmarketing.at