

# 2018

## Ausbildungsmesse Senftenberg 22. September 2018



Bianca Tilch

Regionale

Wirtschaftsförderungsgesellschaft Elbe-

Elster mbH

18.10.2018

# Ausbildungsmesse der Wirtschaftsregion Westlausitz

Am 22. September 2018 zwischen 10 und 15 Uhr fand bereits zum achten Mal die Ausbildungsmesse des Regionalen Wachstumskern (RWK) Westlausitz in der Niederlausitzhalle in Senftenberg statt.

Das Ziel der Messe war es vor allem die große Vielfalt an Ausbildungsplatzangeboten der regionalen Wirtschaft zu präsentieren. Insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen erhielten so eine ideale Plattform, sich und ihr Ausbildungsplatzangebot vorzustellen und mit ihren zukünftigen Fachkräften in Kontakt zu treten.

105 Unternehmen aus Industrie, Handel, Dienstleistungen und Handwerk präsentierten sich und ihre Ausbildungsangebote. Sie verfolgten alle ein Ziel: möglichst geeignete Nachwuchskräfte zu gewinnen. Auf der Messe konnten die Unternehmen auf sich aufmerksam machen und den Jugendlichen verdeutlichen, dass es auch in der Region attraktive Ausbildungsstellen und Berufsperspektiven gibt.



Veranstalter ist die Wirtschaftsregion Westlausitz (RWK) mit den Städten Finsterwalde, Großräschen, Lauchhammer, Schwarzheide und Senftenberg.

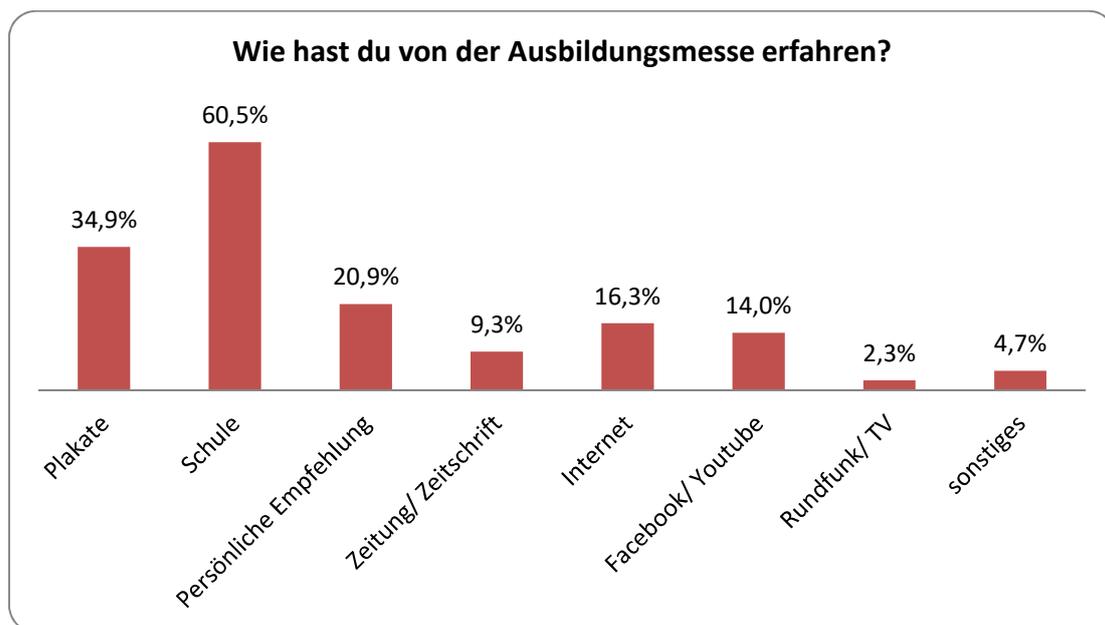


Die Ausbildungsmesse wird gefördert aus Mitteln der Städte Finsterwalde, Großräschen, Lauchhammer, Schwarzheide und Senftenberg im Regionalen Wachstumskern Westlausitz, dem Landkreis Oberspreewald-Lausitz sowie aus Mitteln des Bundes und des Landes Brandenburg im Rahmen der „Gemeinschaftsaufgabe Verbesserung der Regionalen Wirtschaftsstruktur (GRW) Infrastruktur“.

## Besucherbefragungen

Etwa 3000 Besucher kamen am 22. September in die Niederlausitzhalle, um sich über Berufsmöglichkeiten in der Region zu informieren. Die Ausbildungssuchenden konnten sich über Unternehmen und Karrierechancen informieren und mit Geschäftsführern, Personalverantwortlichen und derzeitigen Auszubildenden ins Gespräch kommen.

Die Messe wurde im Vorfeld über verschiedene Kanäle wie großflächige Plakatierung, Presseinformationen und Ansprache von Schulen beworben. Drei Wochen vor der Messe erfolgte die Plakatierung an den Straßen mit ca. 600 A1-Plakaten, welche im Umkreis bis 50 km auf die Veranstaltung aufmerksam machten. Im Stadtgebiet von Senftenberg wiesen vier Großflächenplakate auf die Messe hin. Anzeigen in den regionalen Wochenzeitungen Märkischer Bote, Blickpunkt und Lausitzer Woche lockten die Besucher an. Um die Zielgruppe der Jugendlichen zu erreichen wurde dazu insbesondere auch das Internet und soziale Netzwerke genutzt und dort auch beworben. Der Termin wurde in die Veranstaltungskalender vieler Websites aufgenommen. Die Berufsberater der Agentur für Arbeit gingen intensiv auf die Schulen zu, damit die Veranstaltung auch von den Lehrern unterstützt und an die Schüler herangetragen wird. Der Lokalsender WMZ-TV wurde ebenfalls als Werbemedium genutzt.

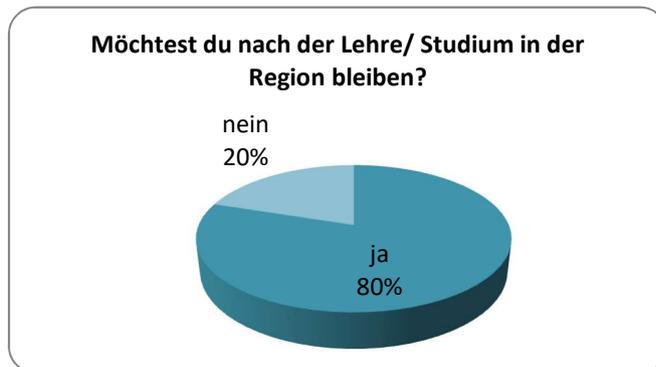


67% der Befragten kamen bereits mit konkreten Berufsvorstellungen zur Ausbildungsmesse. Sie nutzen die Veranstaltung um sich genauer über ihren Wunschberuf zu informieren und nach konkreten Ausbildungsplatzangeboten zu fragen. Wer sich noch nicht entschieden hat, konnte sich von einem breiten Spektrum an Angeboten inspirieren lassen und gegebenenfalls neue und unbekannte Ausbildungsberufe kennenlernen.



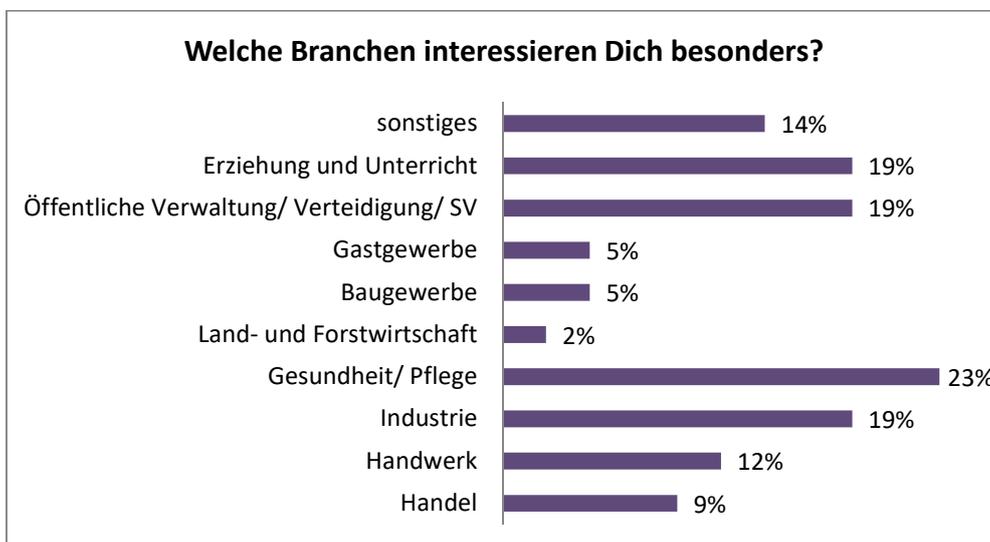


Durch das geförderte Veranstaltungsformat erhalten auch die kleinen regionalen Unternehmen die Möglichkeit, sich und ihre Ausbildungsplatzangebote kostengünstig zu präsentieren. So konnte den Besuchern ein guter Überblick über die vielfältigen Ausbildungs- und Studienangebote in der Region gegeben werden.



Die Messe verfolgt das Ziel zu zeigen, dass es auch in der Heimat gute Karrieremöglichkeiten gibt. Immerhin möchten 80% der Jugendlichen nach der Lehre bzw. dem Studium lieber in der Region bleiben, wenn sie hier eine berufliche Perspektive haben.

Die Jugendlichen zeigten grundsätzlich Interesse an allen Branchen. Schwerpunkte liegen im Bereich Gesundheit und Pflege, der Industrie, im öffentlichen Dienst sowie in Erziehung und Unterricht.



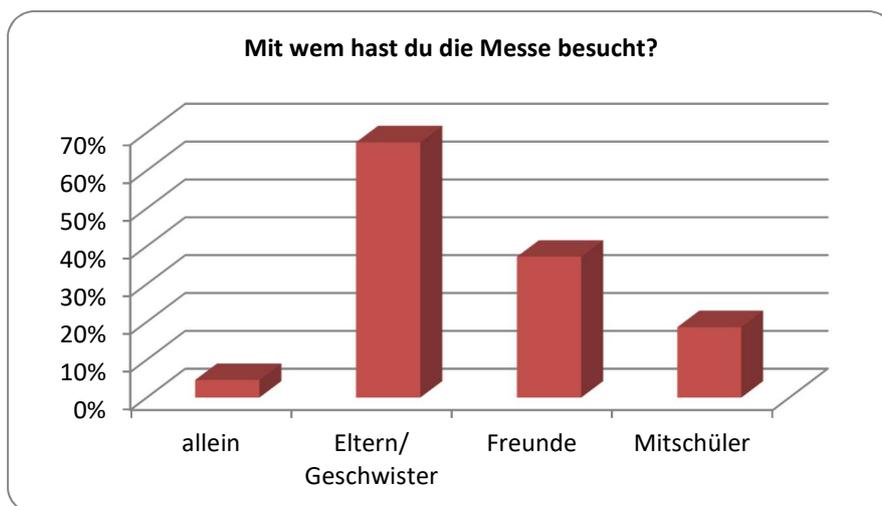
Der Großteil der Besucher gab an, eine Oberschule zu besuchen. 22% der Schüler waren Gymnasiasten. Neben den Ausbildungsstellen präsentieren viele Unternehmen auch ihre Praktikumsmöglichkeiten sowie Studienangebote. Auch Hochschulen sowie Fachschulen warben mit ihren Angeboten. Neben dem Fokus der Erstausbildung bietet die Messe eine Chance, sich über die regionale Wirtschaft zu informieren sowie Beschäftigungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten zu finden.



Insgesamt wurde die Messe sehr positiv bewertet und der Großteil der Befragten würde die Messe weiterempfehlen.



Viele junge Leute unter 15 Jahren nutzen die Messe zur Orientierung sowie Ausbildungsplatzsuche, wobei sie vorrangig von ihren Eltern und anderen Familienangehörigen begleitet wurden. Die meisten Besucher kamen aus der näheren Umgebung des Veranstaltungsortes. Aber auch vielen hatten einen Anfahrtsweg von über 20 Kilometern.



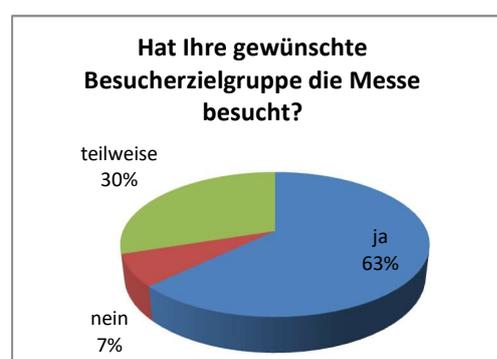
## Ausstellerbefragungen

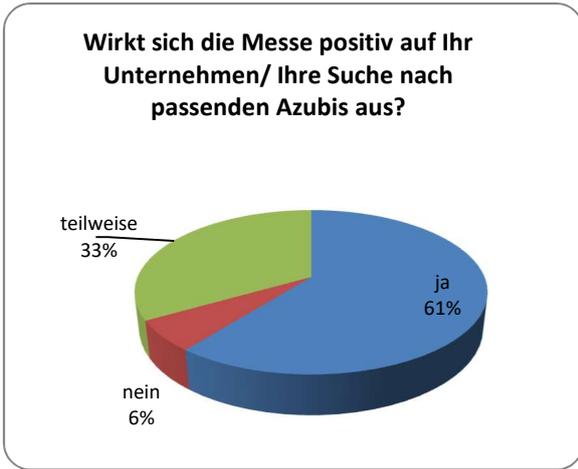
In diesem Jahr konnten 105 überwiegend regionale Aussteller für die Messe gewonnen werden, sich und Ihre Ausbildungsangebote in der Niederlausitzhalle zu präsentieren. Viele davon sind nicht zum ersten Mal dabei gewesen. Um die Akquise hat sich vorrangig der Arbeitgeberservice der Agentur für Arbeit gekümmert. Die Mitarbeiter sprachen dazu alle Aussteller der Vorjahre sowie potenzielle neue Unternehmen bezüglich einer Teilnahme an.



Es ist deutlich erkennbar, dass den Unternehmen der Fachkräftemangel bewusst geworden ist und dass viele verschiedene Ideen aufkommen, um sich für potenzielle Bewerber interessant zu machen. Neben aufwändigen Präsentationen gibt es zunehmend Aktionen an den Ständen, um die Besucher zum Verweilen am eigenen Stand zu überzeugen. Bei zahlreichen Ausstellern werden die konkreten Arbeiten der entsprechenden Berufsbilder gezeigt und die Besucher werden zum Ausprobieren eingeladen. Viele Unternehmen bringen auch die eigenen Azubis zur Messe mit, da diese dem jungen Publikum auf Augenhöhe von ihren Erfahrungen in der Ausbildung berichten können.

Die Aussteller waren mit dem Konzept und dem Ablauf der Messe zufrieden und sie konnten die gewünschte Zielgruppe mit ihren Angeboten erreichen.

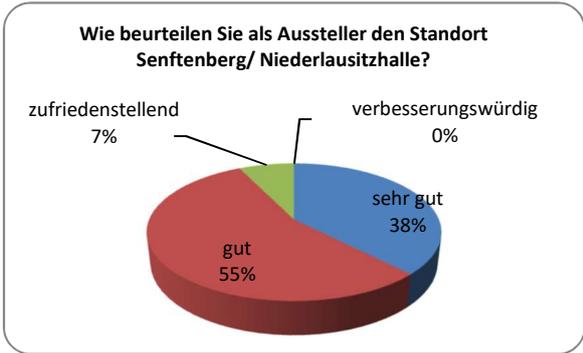




Eine gute Präsentation auf der Messe stärkt das Image als Arbeitgeber und unterstützt die Suche nach passenden Auszubildenden und Mitarbeitern. Die meisten Aussteller sind davon überzeugt, dass die Messe positive Auswirkungen auf ihr Unternehmen bzw. ihre Suche nach Fachkräften hat, auch wenn das erst zu einem späteren Zeitpunkt deutlich wird. Sie haben erkannt, dass die Messe eine ideale Präsentationsplattform darstellt. Mit geringem Kostenaufwand werden zahlreiche Interessierte erreicht.

87% der Befragten haben bereits am Messtag angekündigt, dass sie auch im nächsten Jahr wieder an der Messe teilnehmen. Der Termin für die Ausbildungsmesse im kommenden Jahr wurde bereits festgelegt und veröffentlicht. Die Veranstaltung wird am 21. September 2019 stattfinden. Die Öffnungszeiten von 10 bis 15 Uhr werden beibehalten, sie werden von 85% der Aussteller mit gut und sehr gut eingeschätzt.





Die Niederlausitzhalle als fester Standort für die Ausbildungsmesse des RWK Westlausitz hat sich etabliert. Die Halle ist bekannt, bietet ausreichend Platz, ist gut erreichbar und verfügt über umfangreiche Parkmöglichkeiten in der näheren Umgebung.



Die Unternehmen waren mit dem Messebau- Angebot zufrieden. Die Rückwände wurden in den Innenreihen kostenlos zur Verfügung gestellt. Bei Bedarf konnte zusätzliche Messebauausstattung bestellt werden. Dabei wurde wieder ein breites Spektrum an Artikeln von Teppich über Tische und Stühle bis hin zu Prospektständern angeboten, was auch von vielen Ausstellern genutzt wurde.



Die allgemeine Organisation wurde positiv bewertet. Die Unternehmen waren in der Gesamtheit mit der Messe zufrieden. Informationen zur Veranstaltung wurden den Ausstellern regelmäßig zur Verfügung gestellt, ein fester Ansprechpartner war für Fragen zur Organisation immer verfügbar. Die Tipps und Hinweise der Aussteller wurden für eine weitere Verbesserung im nächsten Jahr aufgenommen.



Die Auswahl des besten Messestandes führten in diesem Jahr Vertreter der einzelnen RWK-Städte, in den meisten Fällen deren eigene Azubis, durch. Neben der Attraktivität des Messestandes zählten auch die Qualität der Beratung, Aktionen und die Einbindung aktueller Auszubildender zu den Bewertungskriterien. In diesem Jahr erhielt die ODW Frischprodukte GmbH aus Elsterwerda diese Auszeichnung. Mit der Ehrung werden die Bemühungen der besonders aktiven Aussteller gewürdigt und es spornt für die Zukunft an, sich noch intensiver mit der eigenen Außenwirkung zu beschäftigen und die Messepräsentation weiter zu optimieren.



Die Werbung für die Messe wurde sehr unterschiedlich wahrgenommen. Es wurden wieder verschiedene Medien genutzt. Es erfolgte eine offensive Plakatierung in einem Radius bis 50 km um Senftenberg. Neben den A1-Plakaten an den Straßen wiesen vier Großflächenplakate im Stadtgebiet von Senftenberg auf die Messe hin. Redaktionelle Abschnitte und Anzeigen erschienen in verschiedenen Printmedien (Märkischer Bote, Lausitzer Woche, Blickpunkt). An den regionalen Schulen wurde durch den Veranstalter sowie Organisator, aber insbesondere durch die Berufsberater der Agentur für Arbeit die Messe beworben. Verschiedene Partner unterstützten bei der Werbung für die Messe, insbesondere durch Ankündigung auf der Homepage bzw. im Veranstaltungskalender sowie über persönliche Ansprachen. Auch über den Lokalsender WMZ-TV wurde die Messe beworben.



## Präsentation und Aktionen

Für die Darstellung des Unternehmens und die Hervorhebung interessanter Berufsbilder ist eine ansprechende Präsentation erforderlich. Im Laufe der Jahre ist die steigende Qualität der Messestände deutlich zu beobachten.

Die Unternehmen bereiten sich zunehmend besser auf die Ausbildungsmesse vor und achten auf eine Ansprache auf Augenhöhe. Produkte und Materialien werden ausgestellt und Arbeitsschritte können beobachtet und ausprobiert werden. Um mit den jungen Besuchern leichter in Kontakt zu treten greifen die Aussteller oft auf ihre eigenen Azubis zurück. Mit motiviertem Standpersonal, die verschiedene Tätigkeiten und Berufe erklären, vorführen und die Besucher zum Mitmachen animieren, erhöhen die Unternehmen die Verweildauer am eigenen Stand.



Der Arbeiter-Samariter-Bund nutzte ein Glücksrad, um mit den Besuchern ins Gespräch zu kommen. Das Maskottchen Froggi vom Familienpark begleitete unter anderem den Messerundgang und lockte die Besucher zum Stand des Zweckverbandes Lausitzer Seenland.



Die Steuerberatungsgesellschaft mbH Ruhland und die Stadt Schwarzheide organisierten wieder Gemeinschaftsstände und traten mit ihre Partnern an attraktiven Ständen auf, wo es viel zu sehen und zum Ausprobieren gab. Am Stand des Märkischen Boten konnten die Jugendlichen wieder an der Aktion „Einmal im Leben auf der Titelseite“ teilnehmen und eine Titelseite des Wochenblattes mit ihrem Foto als Erinnerung mitnehmen. Am Stand der AOK Nordost konnten Bewerbungsfotos gemacht werden.



Wer es sich traute, konnte die Messe mit einem Segway erkunden. Mit dieser Attraktion lockte die Wohnungsbau-genossenschaft Senftenberg.

Die Kommunale Wohnungsgesellschaft mbH Senftenberg hat in Vorbereitung der Ausbildungsmesse die eigenen Auszubildenden eingebunden ein Azubi-Projekt daraus gemacht. Die Azubis konnten die Messepräsentation planen und organisieren und hatten sogar ein Rollenspiel auf der Bühne einstudiert. Das inszenierte Vorstellungsgespräch, einmal wie man es nicht machen sollte und danach ein positives Beispiel, kam bei den Besuchern sehr gut an.



In der Mittagszeit machte wieder das Handwerk besonders auf sich aufmerksam. Um das Interesse der Schüler für das Handwerk zu wecken nutzte der Lehrbauhof Großräschen die zentrale Bühne in der Mitte der Niederlausitzhalle für eine Präsentation. Dabei zeigten Lehrlinge des Zimmererhandwerks, wie man ein Fachwerkhäus in traditioneller Bauweise ohne Nägel o.ä. aufbaut.



So konnten die Aussteller mit verschiedenen Aktionen und Präsentationen die Schüler an ihre Stände locken und ihnen die Informationen zum Unternehmen und den angebotenen Ausbildungsstellen näherbringen. Bemühte Aussteller hatten dadurch über die gesamte Messedauer Andrang an ihren Ständen und konnten durchweg Beratungsgespräche führen.

Die Unternehmen erkennen zunehmend die Chance, dieses Veranstaltungsformat als Marketinginstrument zu nutzen. Auf der Messe können sie das Unternehmen insgesamt als attraktiven Arbeitgeber darstellen und von sich von anderen Wettbewerbern im Arbeitsmarkt positiv abheben. Auch wenn nicht sofort ein neuer Auszubildender gefunden wird, wird ein breites Publikum auf das Unternehmen aufmerksam und kann auch langfristig zu Kontakte führen und der Fachkräftesicherung auch außerhalb der Azubi-Akquise dienen.