MEINMetall: Neue Ausgabe für 2024

**Azubi-Suche im Metallbau**

**in Zeiten von Social Media**

**Bereits zum fünften Mal räumt das Magazin MEINMetall mit Vorurteilen von Jugendlichen und Eltern gegenüber einer Ausbildung im Metallhandwerk auf.**

**Es zeigt, wie modern und zukunftsorientiert Metallberufe wirklich sind. Wie bereits die vorherigen Ausgaben unterstützt auch die Ausgabe 2024 Betriebe bei der Lehrlingssuche – und setzt unprofessionellen Recruiting-Versuchen auf TikTok damit hoffentlich ein Ende.**

Fakt ist: Nachwuchs im Handwerk zu suchen ist nach wie vor für viele Unternehmen eine Herausforderung. Um ihre Zielgruppe besser zu erreichen, gehen einige sogar neue Wege – wie beispielsweise über die Plattform TikTok. Dass diese PR-Versuche jedoch auch kläglich scheitern können, zeigt nicht zuletzt die Geschichte des Auszubildenen Benjamin, die im Sommer 2023 viral ging.

Außer vieler demütigender Memes, die sich aus dem TikTok-Clip für den Auszubildenden ergaben, erlitt das verantwortliche Unternehmen einen Imageschaden. Denn: Im Video stellte der Ausbildungsleiter die beiden Auszubildenen vor und dabei Benjamin, der oft um eine Antwort verlegen war, beispielsweise mit Fragen zur Zielvereinbarung bloß. Zudem wurden Boni genannt und direkt mit deren Streichung gedroht. Selbst mit einem „Nichtraucher-Bonus“ oder Boni, die für pünktliches Erscheinen ausbezahlt würden, wurde geworben. Fest steht vor allem eines: Besonders gut kamen weder der Auszubildende noch die Firma dabei weg.

Doch auch für andere Betriebe hatte dieser Einschlag in den sozialen Netzwerken weitreichende Folgen: Dieses Video war kein Ruhmesblatt der Nachwuchswerbung im Handwerk - es gibt bessere Möglichkeiten.

**Bewährte Alternative: MEINMetall**

Obwohl grundsätzlich nichts dagegenspricht, neue Kommunikationswege auszuprobieren, haben Metallbauunternehmen mit dem MEINMetall-Magazin eine ebenso wirksame, aber bewährte Alternative in der Tasche. Zum fünften Jahr in Folge unterstützt das Magazin ab sofort auch 2024 wieder Unternehmen bei der Lehrlingssuche. Das Magazin gibt dem Nachwuchs im Metallbau eine Stimme und zeigt, dass es auch anders laufen kann als im Fall von Benjamin. Dabei wird mit gängigen Vorurteilen aufgeräumt und herausgestellt, dass eine Ausbildung als Metallbauer 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.

**Content is King**

„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 Printmagazin bietet MEINMetall ein professionelles Branchenimage, als Website interaktive Inhalte und auf den Social-Media-Kanälen ein persönliches Netzwerk.

Kostenlose Probehefte für Metallbau-Betriebe sind erhältlich bei:

PSE Redaktionsservice GmbH

Kirchplatz 8

82538 Geretsried

Tel. +49 (0)8171 9118-70

[info@pse-redaktion.de](mailto:info@pse-redaktion.de)

[www.meinmetall.net](http://www.meinmetall.net)

Text und Bilder stehen unter <https://www.meinmetall.net/presseinformationen/>

zum Download bereit.