

## Der Messestand ist bei Caverion Sache der Azubis

Nach zweijähriger Veranstaltungspause öffnen die Ausbildungsmessen wieder ihre Türen. Um gezielt Schüler anzusprechen und ihnen eine Ausbildung schmackhaft zu machen, hat Caverion seinen Messestand von den eigenen Azubis entwerfen lassen. Für die war schnell klar: Sie wollen mögliche Bewerber mit dem Thema Nachhaltigkeit ansprechen.

Fast 70 Karriere- und Ausbildungsmessen stehen 2022 im Kalender des Unternehmens Caverion. Nach der Corona-Pause seien das wichtige Termine für den Anbieter technischer Gebäudeausrüstung, Facility-Services und Energiedienstleistungen, erklärt Holger Winkelsträter, Head of Marketing and Communication. Denn um die rund 200 Ausbildungsstellen deutschlandweit permanent besetzen zu können, müsse das Unternehmen seine Aufgaben und Karrierechancen einer möglichst breiten Masse vorstellen.

### Kreativ-Workshop zum Ideensammeln

Um sicherzugehen, dass der Messeauftritt des Unternehmens das junge Zielpublikum anspricht, hat Caverion die Planung des

Messestands in die Hände der eigenen Auszubildenden gegeben. Ziel der Aktion war es, herauszufinden, welche Punkte sie an ihrer eigenen Tätigkeit herausstellen und über welche optischen Elemente sie Gleichaltrige ansprechen wollen.

Dafür hat das Unternehmen alle seine 200 Auszubildenden an den 19 Standorten in Deutschland eingeladen, sich zu beteiligen. Etwa jeder zehnte

Azubi aus insgesamt zehn Ausbildungsberufen aus den Bereichen Gebäudeausrüstung, Facility-Services und Energiedienstleistungen wollte bei dem Projekt dabei sein. Zehn von ihnen erarbeiteten schließlich in einem mehrtägigen Workshop in München zusammen mit einem Creative Director mehrere

Konzepte für den Stand. „Nach einer Einführung in kreative Methoden sind neun verschiedene Leitbilder für die Messeauftritte entstanden“, fasst Winkelsträter das Vorgehen zusammen.

Durchgesetzt hat sich am Ende ein Motiv mit Bienenwaben. Die Inspiration dazu kam von einem Bienenstock auf dem Gelände der Unternehmenszentrale, erzählt Lillian Naumann. Sie hat als Auszubildende am Workshop teilgenommen und arbeitet inzwischen als technische Systemplanerin in der Niederlassung Regensburg. Sie selbst brachte in die Projektgruppe mit ein, dass die Optik des Standes für junge Bewerber wichtig ist. „Wir müssen neugierig machen und uns abheben“, als Vertreterin

### Fokus auf das Thema Nachhaltigkeit

von Caverion habe sie selbst auf einer früheren Messe beobachtet, dass das junge Publikum vor allem von außergewöhnlicher Gestaltung angezogen wird. Aus dem Workshop berichtet sie, dass die Gruppe einen inhaltlichen Schwerpunkt auf das Thema Umwelt und Energie legen wollte. „Die Bedeutung von Nachhaltigkeit in unserem Beruf und die Bedeutung unserer Berufe für die Nachhaltigkeit zu präsentieren war uns allen wichtig“, betont sie.

Mit dem Bienenmotiv soll dies zur Geltung kommen. Gleichzeitig stehen die Waben aber auch für die vielen Abteilungen, die im Unternehmen zusammenkommen. Naumann stellt heraus, dass zudem die Vernet-

zung zwischen den Teams für potenzielle Bewerber eine Rolle bei der Wahl des ersten Jobs spielt. Dabei sollte das Projekt Messestand aber nicht nur auf die Außenwirkung abzielen, erklärt Marketingleiter Winkelsträter. Die Azubis sollten durch die Einbindung in die Gestaltung des Caverion-Auftritts Wertschätzung erfahren. Das scheint funktioniert zu haben: Nach Naumanns Einschätzung habe das gezielte Nachdenken über die eigenen Aufgaben auch bei den Azubis eine stärkere Bindung zur eigenen Tätigkeit und den Kollegen ausgelöst.

Janina Stadel



Auf Messen wirbt Caverion um Nachwuchs. Quelle: Caverion Deutschland GmbH