

ID: 41582

BSR Ausbildungskampagne „Wir wollen Dich“

Berliner Stadtreinigung Anstalt des öffentlichen Rechts

Integrierte Unternehmenskommunikation

Über einen langen Zeitraum hinweg hat sich die Berliner Stadtreinigung durch interessante Kampagnen und kluge Maßnahmen ein positives Image als innovatives Hauptstadtunternehmen verschafft. Nun beweist es Weitblick, indem es als zukunftsfähiger Arbeitgeber offensiv um Nachwuchskräfte wirbt und Azubis aktiv in die Kampagne „Wie wollen Dich“ einbindet. Das geschieht vor dem Hintergrund geburtenschwacher Jahrgänge und der Tatsache, dass der Kampf um die besten Auszubildenden bereits in vollem Gange ist.

Für humorvolle Sprüche ist die Berliner Stadtreinigung längst bekannt. Aber es steckt auch immer was dahinter. So auch diesmal. Denn die Kampagne zeichnet sich dadurch aus, dass nicht nur über Auszubildende gesprochen wird, sondern vor allem mit ihnen. Sie sind in alle Maßnahmen eingebunden und überall präsent. Das zeigt sich am deutlichsten in der unterhaltsamen Bildwelt: Es sind die Auszubildenden selbst die beim Shooting vor der Kamera standen und mit einfallsreichen Motiven Kernelemente ihres Tätigkeitsfeldes darstellen und so um Nachwuchs werben.

Dabei haben sie viel zu erzählen, denn die Palette der Ausbildungsberufe reicht vom Kraftfahrer über Industriemechaniker bis hin zu kaufmännischen dualen Studiengängen in Wirtschaftsinformatik oder BWL. Neben einer profunden Berufsausbildung profitieren die Auszubildenden auch von den vielfältigen Weiterbildungsmöglichkeiten. Die Kampagne zeigt, dass die BSR Menschen mit Eigenverantwortung und Gestaltungssinn sucht. Mit der Perspektive auf eine abwechslungsreiche Karriere lockt das Unternehmen Jugendliche, die sich ein Arbeiten auf Augenhöhe wünschen und eigene Ideen haben. Außerdem wurden explizit Frauen und Mädchen angesprochen, die Spaß an typischen Männerberufen haben und denen die BSR eine interessante berufliche Heimat bietet.

Die Kampagne weckte mit diversen Broschüren und Flyer sowie Filmen auf der Internetseite das Interesse an einer Ausbildung bei der Berliner Stadtreinigung. Darin stellten die Protagonisten der einzelnen Berufsbilder ihre Aufgaben und das Anforderungsprofil persönlich vor. Außerdem gab es konkrete Tipps für eine erfolgreiche

Bewerbung und das Unternehmen präsentierte sich mit einem markanten Messeauftritt zahlreichen potenziellen Bewerbern.

Dass die BSR mit diesem frischen Maßnahmenpaket die Zielgruppe erreicht hat, zeigen die deutlich gestiegenen Bewerberzahlen. Auch die Fachpresse, das Lokalfernsehen sowie die Wirtschafts- und Tagespresse berichteten über die Ausbildungskampagne und trugen damit zum Erfolg bei.