



PRINT YOUR FUTURE

NACHWUCHSKRÄFTE FINDEN UND BEGEISTERN

TOOLKIT FÜR DIE EUROPÄISCHE DRUCK-
UND MEDIENBRANCHE



Das «Toolkit für Bewährte Verfahren» wurde im Rahmen des von der EU finanzierten Print-Your-Future-Projekts erstellt: Gewinnung von neuen qualifizierten Arbeitskräften für qualitativ hochwertige Arbeitsplätze in der europäischen Druck- und Medienindustrie. Das Projekt läuft von Februar 2020 bis Januar 2022.

Konzipiert und koordiniert wurde Print Your Future von den europäischen Sozialpartnern für die grafische Branche: Intergraf (Arbeitgebervertreter) und UNI Europa Graphical (Arbeitnehmervertreter). Das Projekt wurde von der Generaldirektion Beschäftigung, Soziales und Integration der Europäischen Kommission finanziert und von vier Länderexperten unterstützt: dem Verband der estnischen Druck- und Verpackungsindustrie - AEPPI (Estland), der Hochschule der Medien Stuttgart (Deutschland), GOC (Ausbildungspartner für die Grafikmedien- und Kartonagenindustrie in den Niederlanden) und der Associação Portuguesa das Indústrias Gráficas e Transformadoras do Papel – APIGRAF (Portugal). Außerdem wurde das Projekt von dem technischen Experten Spin360 unterstützt. Das Toolkit wurde in Zusammenarbeit mit der British Printing Industries Federation – BPIF (Vereinigtes Königreich) erstellt.

MIT UNTERSTÜTZUNG VON



PROJEKT-KOORDINATOREN



LÄNDEREXPERTEN



TECHNISCHE EXPERTEN



EINFÜHRUNG

Das Toolkit enthält Ratschläge, wie neue Mitarbeiter für den Druck-, Verpackungs- und Grafikkommunikationssektor gefunden werden können und wie man als Branche oder Unternehmen attraktiv wirkt und bleibt. Es ist Teil des von der EU geförderten Projekts: «Gewinnen neuer qualifizierter Arbeitskräfte in der europäischen Grafikindustrie»¹ («Print Your Future»).

Das Toolkit will Unternehmen und Verbände dabei unterstützen, das Profil und die Attraktivität unserer Branche zu erhöhen und auf konkrete Beispiele bewährter Verfahren aus ganz Europa hinzuweisen. Der Leitfaden ist nicht erschöpfend: Er möchte den Lesern Anregungen und Ideen geben, wie das Image von Print hinsichtlich Rekrutierung und Beschäftigung verbessert werden kann.

Genauso wie die von ihnen hergestellten Produkte sind Druckereien allgegenwärtig und werden von vielen anderen Branchen in Anspruch genommen. Dabei leistet die Druckindustrie einen wichtigen Beitrag zur europäischen Wirtschaft. Ein wesentlicher Aktivposten der Branche sind ihre Arbeitskräfte. Damit die Unternehmen dynamisch und anpassungsfähig bleiben, um auf Herausforderungen reagieren zu können, benötigt die Branche eine neue Generation von Druckfachleuten.

Um die dauerhafte Wettbewerbsfähigkeit der grafischen Branche in Europa zu gewährleisten, müssen wir zusammenarbeiten, die moderne und innovative Druckbranche besser vermarkten und sicherstellen, dass wir künftige Generationen inspirieren und fördern. Das Profil der Arbeitnehmer in unserer Branche muss mit guten Bedingungen und Karriereperspektiven verbessert werden.

¹ VP/2019/001

HILFE IST GANZ NAH

In den meisten Ländern gibt es Sozialpartner, die die Druck- und Medienbranche und die Arbeit der grafischen Beschäftigten schützen und fördern. Auf europäischer Ebene ist Intergraf der Wirtschaftsverband der grafischen Industrie (Arbeitgebervertreter) und UNI Europa Graphical die Gewerkschaft (Arbeitnehmervertreter). Gemeinsam sind Intergraf und UNI Europa Graphical der Ansicht, dass ein produktiver und konstruktiver sozialer Dialog auf allen Ebenen (lokal, national und europäisch) wichtig ist, um die Interessen von Unternehmen und Arbeitnehmern in Einklang zu bringen und Verhandlungslösungen für Schwierigkeiten in diesem Sektor zu finden.

Ihr nationaler Druck- und Medienverband und Ihre Gewerkschaft verfügen über das nötige Fachwissen und Tools, um Sie zu unterstützen. Nehmen Sie mit ihnen Kontakt auf. Auch Schulen, Universitäten und Ausbildungseinrichtungen in Ihrer Nähe können Ihnen möglicherweise weiterhelfen.



Print kommuniziert, bildet und inspiriert. Wer würde sich nicht in diese Branche einbringen wollen?



EUROPÄISCHE
DRUCK- UND
MEDIENBRANCHE
AUF EINEN BLICK

112,000
UNTERNEHMEN

640,000
MITARBEITER

82
MILLIARDEN EURO
UMSATZ

(EU27 + Vereinigtes Königreich, Schweiz und Norwegen)
Quelle: Eurostat 2018

WIE MAN NACHWUCHSKRÄFTE FINDET

Es gibt viele Stellen, an denen Sie nach neuen Mitarbeitern suchen können, z. B. Websites, Berufsverbände, Gewerkschaften, Schulen, Hochschulen und Universitäten, Print- und Jobmessen. Suchen Sie nach relevanten Veranstaltungen in Ihrer Region, die Ihnen dabei helfen, Ihre Zielgruppe zu erreichen. Werfen Sie ein weites Netz aus: Schauen Sie sowohl innerhalb als auch ausserhalb der Berufsbildungseinrichtungen. Und denken Sie daran, dass sowohl ältere als auch jüngere Menschen das Profil haben können, nach dem Sie suchen.

Um für jüngere Generationen attraktiv zu sein, ist es wichtig, potenzielle Kandidaten schon in jungen Jahren anzusprechen. Junge Menschen setzen sich häufig bereits sehr früh mit Entscheidungen über ihre berufliche Laufbahn auseinander. Versuchen Sie also, sie über die Karrieremöglichkeiten in der Druckbranche zu informieren und zeigen Sie ihnen auf, wie es ist, in dieser Branche zu arbeiten. Es ist wichtig, mit jungen Menschen ins Gespräch zu kommen und ihnen mögliche Karrierewege näherzubringen.

Es ist wichtig, Kontakte zu örtlichen Schulen, Berufsberatern, Handelskammern und anderen Einrichtungen zu knüpfen und sich ihnen gegenüber offen zu zeigen sowie Ihr Unternehmen in Ihrer Gemeinde zu profilieren. Der Aufbau dieser Beziehungen ist ebenfalls dafür geeignet, die Einstellung von Mitarbeitern zu befördern und das Profil der Branche als Ganzes positiv zu beeinflussen.

SCHÜLER UND STUDENTEN INFORMIEREN

Schulen und Berufsberatern Informationen über die Branche und Ihr Unternehmen zur Verfügung zu stellen ist immer eine gute Idee. So unwahrscheinlich es auch klingen mag: nicht jeder kennt die Druck- und Medienbranche. Im Folgenden finden Sie einige Tipps für den Umgang mit Schülern aller Altersgruppen:

- Bitten Sie darum, Schulkindern Ihr Unternehmen und die Branche vorzustellen. Zeigen Sie jungen Menschen, wie die Druckbranche funktioniert und welchen Beitrag sie leistet. Beachten Sie, dass die Bedürfnisse der Schüler in den verschiedenen Altersgruppen unterschiedlich sind. Überlegen Sie sich, wie jüngere Kinder beim Drucken spielen oder kreativ sein können. Vermitteln Sie ihnen ein praktisches Erlebnis mit der Drucktechnik.
- Setzen Sie sich mit Ihrer örtlichen Gewerkschaft in Verbindung, um die Karriereperspektiven in der grafischen Branche aus Sicht der Arbeitnehmer darzustellen.
- Zeigen Sie den Schülern, wie man ein gutes Anschreiben oder einen Lebenslauf für ein Praktikum verfasst, oder geben Sie ihnen Tipps für ein Vorstellungsgespräch.
- Nutzen oder entwickeln Sie Online-Tools, um Schüler bei der Entdeckung ihres Interesses an Druckerzeugnissen zu unterstützen und entwickeln Sie ein Netzwerk, das den Bedürfnissen der Branche entspricht.
- Ermöglichen Sie Schulklassen aus der Umgebung die Besichtigung Ihres Unternehmens. Versuchen Sie auch, mit den Eltern oder Betreuern ins Gespräch zu kommen – damit können Sie das Interesse der Jugendlichen wecken. Stellen Sie sicher, dass Sie Nachbereitungsmaterialien haben, die das Gelernte zusammenfassen.
- Die Berufsaussichten sind der Schlüssel zu beruflichen Entscheidungen. Zeigen Sie Schulen, Eltern und Schülern die vielen Karrieremöglichkeiten auf, die die Druckbranche zu bieten hat.
- Schaffen Sie eine enge Verbindung zwischen der Branche und Schülern/Schulen/Studenten, z. B. durch Studienbesuche, Praktika, Veranstaltungen im Unternehmen und/oder an Schulen oder Workshops mit Gastrednern.



PRÄSENTIEREN SIE SICH AUF JOBMESSEN UND ANDEREN RELEVANTEN VERANSTALTUNGEN IN IHRER REGION

Das Wichtigste ist, mit Ihrem Publikum zu interagieren. Stellen Sie sicher, dass Ihr Stand eine emotionale Bindung mit den Besuchern schafft. Richten Sie einen «Bereich zum Anfassen» ein, in dem man auf dem Messestand die Druckprodukte berühren und fühlen kann.

Nehmen Sie die richtigen Mitarbeiter mit. Wählen Sie das interne Team aus, das am ehesten in der Lage ist, die Art von Fragen zu beantworten, die gestellt werden können. Lassen Sie kein grosses Team herumstehen, das nichts zu tun hat.

- Planen Sie Marketingmaterialien und Standunterlagen. Sehen Sie sich Ihre bevorstehenden Kampagnen und Veranstaltungen an. Prüfen Sie, ob Messestände in Zukunft für Banner, Pop-up-Banner oder Give-aways wiederverwendet werden können. Achten Sie auf eine klare Botschaft an Ihrem Stand und überwältigen Sie die Besucher nicht mit Informationen über alles, was Sie tun.
- Bewerben Sie Ihre Präsenz auf der Messe. Erstellen Sie einen Hashtag und sorgen Sie dafür, dass Ihre Teams während der Veranstaltung tagesaktuelle Posts live von der Messe senden. Beteiligen Sie sich am Hashtag der Veranstaltung, um Ihren Standort optimal bekannt zu machen. Zeigen Sie den Leuten, was Sie anbieten, und führen Sie sie direkt zu Ihrem Stand.
- Bereiten Sie klare Ziele für die Teams vor und planen Sie, wie sie die generierten Leads weiterverfolgen werden. Warten Sie nicht zu lange. Schicken Sie am nächsten Tag ein Dankeschön. Erstellen Sie ein Marketing- oder Lead-Paket, das als Follow-up mit allen wichtigen Informationen, die Sie mitnehmen müssen, verschickt werden kann.
- Verfolgen Sie Ihr Engagement am Stand. Es gibt viele Tools, die bei der Anmeldung und der direkten Nachbereitung einer Messe helfen können.
- Bringen Sie Informationen über offene Stellen mit. Lassen Sie Broschüren drucken, die potenzielle zukünftige Mitarbeiter mitnehmen können, um sich an Ihre Unternehmen und Ihr Angebot zu erinnern. Geben Sie Kontaktdaten zur Nachverfolgung an.
- Lassen Sie Ihre Mitarbeiter von ihrer Leidenschaft für den Druck und für Ihr Unternehmen berichten, und (falls es für Ihr Unternehmen relevant ist) den Arbeitnehmervertretern, um die guten Arbeitsbedingungen zu erläutern.
- Erklären Sie, dass die Berufserfahrung, die Mitarbeiter in der grafischen Branche sammeln, von Unternehmen geschätzt wird. Ausserdem können Arbeitnehmer mit Erfahrung in der Druckbranche auch in anderen Industriezweigen Karriere machen, da grafische Fähigkeiten in vielen weiteren Branchen benötigt werden.
- Überprüfung und Feedback zu Ihrer Leistung für zukünftige Veranstaltungen. Wie viele Leads wurden generiert? Was war erfolgreich und was nicht? Was hätten Sie effizienter machen können?

Was tun, wenn die Veranstaltung virtuell stattfindet? Alles oben Genannte gilt weiterhin, aber Sie müssen noch kreativer sein! Sorgen Sie dafür, dass interessierte und interessante Menschen die Möglichkeit haben, Produkte anzufassen. Druckereien stellen Produkte her, die die Emotionen der Menschen ansprechen. Nutzen Sie diese einzigartige Qualität.

“

Druck bietet einen hervorragenden Mehrwert und eine hervorragende Investitionsrendite

”



WIE WIRD MAN FÜR
NACHWUCHSKRÄFTE

ATTRAKTIV?

Um für Talente attraktiv zu sein und zu bleiben, müssen Sie eine mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur schaffen. Die Arbeitnehmer von heute verlangen eine gute Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben, klare Karriereerwartungen und -möglichkeiten sowie ein werteorientiertes Umfeld. Wenn Sie sicherstellen, dass Sie Ihren derzeitigen Mitarbeitern diese Art von Unternehmenskultur bieten, können Sie neue Mitarbeiter gewinnen. Ein wichtiges Instrument für den Aufbau einer solchen Kultur sind kontinuierliche Kommunikation und sozialer Dialog im Unternehmen.



WERBEN SIE FÜR IHR GESCHÄFT

Es ist wichtig, Ihr Unternehmen auf jede erdenkliche Weise zu bewerben. Schalten Sie nicht nur Anzeigen in Stellenbörsen, sondern erstellen Sie auch Anzeigen in eigener Sache, in denen Sie mitteilen, was Sie zu bieten haben. Diese werden wahrscheinlich doppelt so oft aufgerufen wie eine Stellenanzeige. Hier finden Sie weitere Tipps für Werbung in eigener Sache:

- Teilen Sie Ihre Anzeigen auf verschiedenen Social-Media-Plattformen wie LinkedIn, Twitter, Instagram, TikTok oder Facebook. Suchen Sie nach lokalen Gruppen und Unternehmensgruppen. Stellen Sie sicher, dass Sie die für Ihre Zielgruppe geeigneten, alters- und standortgerechten Kanäle nutzen. Um die Reichweite zu erhöhen, verwenden Sie Hashtags wie #apprenticeships #jobs #youngcareers.
- Bitten Sie Ihre Mitarbeiter, ihre Erfahrungen als Fallstudien über Ihre Kommunikationskanäle und/oder ihre eigenen sozialen Medien zu teilen. Sie kennen vielleicht Gleichaltrige, die Arbeit suchen und sich bewerben können. Nutzen Sie die Erfahrung und die Stärken der eigenen Mitarbeiter – das ist das neue Marketing.
- Nutzen Sie Marketingmöglichkeiten wie Blogs, Veranstaltungen, Suchmaschinenoptimierung und soziale Medien, um Markenbekanntheit zu schaffen. Dies trägt dazu bei, neue Geschäfte zu generieren und attraktiv auf Mitarbeiter zu wirken.
- Werben Sie für Ihr Unternehmen und geben Sie zukünftigen Mitarbeitern Gründe, in Ihrem Unternehmen arbeiten zu wollen. Dazu gehören zum Beispiel die Präsenz vor Ort und die Einbindung in die Gemeinschaft, das Aufzeigen von Aufstiegsmöglichkeiten, starke Tarifverhandlungspositionen, die Präsentation der besten Produkte und die Zahlung wettbewerbsfähiger Löhne.
- Überlegen Sie, wie Ihr Bewerbungsprozess aussehen wird. Es könnte ein Telefon- oder virtuelles Interview sein, gefolgt von einem persönlichen Gespräch oder einem Aufenthalt im Unternehmen mit erfahrenem Personal. So haben potenzielle Mitarbeiter genügend Zeit, sich ein Bild von Ihrem Arbeitsumfeld und dem Umfang der anfallenden Arbeiten zu machen. Ausserdem fühlen sie sich dadurch willkommener, weil sie bereits die Möglichkeit hatten, Beziehungen aufzubauen.
- Nutzen Sie Videos, um für sich zu werben, insbesondere solche mit sog. Testimonials. Stellen Sie dar, was junge Menschen in der Branche und in Ihrem Unternehmen von der Druckbranche halten. Dazu gehören sowohl Quereinsteiger, als auch jene, die speziell für diesen Beruf ausgebildet wurden. Zeigen Sie die kreativen und interessanten Aspekte der Branche, einschliesslich neuer Technologien, und die Vielfalt der Arbeitsplätze, die für unterschiedliche Qualifikationen zur Verfügung stehen. Erklären Sie auf ehrliche Art und Weise, was die Branche zu bieten hat und was Sie bieten können.
- Nehmen Sie als Unternehmen an Aktivitäten und Veranstaltungen teil, bei denen auch Ihre potenziellen zukünftigen Mitarbeiter anwesend sein könnten – wie Hackathons oder andere Teamherausforderungen (z. B. im Bereich Sport oder Umwelt).

Denken Sie daran: Werbung für Ihr Unternehmen wirkt besser, wenn Sie die Arbeitnehmer Ihres Unternehmens oder gegebenenfalls die Arbeitnehmervertreter einbeziehen.

Vergessen Sie nicht, dass Personen, die sich um eine Lehrstelle/Praktikum/Einstiegsstelle bewerben in der Regel am Anfang ihrer beruflichen Laufbahn stehen und ihre Fähigkeiten weiterentwickeln müssen. Achten Sie darauf, dies in Ihrem Angebot aufzuführen. Sie müssen ebenso eifrig lehren wollen, wie die Auszubildenden lernen möchten. Hier sind einige zusätzliche Massnahmen, die Sie in Betracht ziehen sollten:

- Zeigen Sie Karrieren und Karrierewege auf.
- Bieten Sie die Möglichkeit eines Praktikums an.
- Zeigen Sie die vielen Berufe, die die Druckbranche bietet – von der Druckerei bis zum Designbüro. Es gibt eine Vielzahl von Arbeitsplätzen und Qualifikationsanforderungen. Planen Sie verschiedene Karrierewege – Finanzen, Vertrieb, Design, Daten, IT.
- Erstellen Sie Videos über die Branche, die sich an verschiedene Zielgruppen wie Schulen und Eltern richten. Setzen Sie verschiedene Methoden ein – zum Beispiel, Virtual Reality.
- Stellen Sie eine Verbindung zwischen Druckerzeugnissen und beliebten Produkten her – Bücher, Brettspiele, Comics, Vinylhüllen, T-Shirts, Poster, Fotos, Wandkunst, Möbel und Wohndekoration.
- Konzentrieren Sie sich darauf, was gedruckte Produkte für Kunden in der digitalisierten Welt tun können.



ACHTEN SIE DARAUF, DASS IHR GLAS STETS HALB VOLL IST

Viel zu oft wird die Druckindustrie von vermeintlichen Insidern nach dem Motto «das Glas ist halb leer» beschrieben. Das ist nicht nur wenig hilfreich, sondern so auch falsch. Die Druckbranche bietet viele Möglichkeiten: Lassen Sie die Menschen wissen, worauf Sie stolz sind, und zeigen Sie der nächsten Generation, warum eine Karriere in der Druckindustrie erstrebenswert ist. Seien Sie stolz auf Ihre Branche, Ihr Unternehmen, Ihre Mitarbeiter, Ihre Werte und die einzigartigen Produkte, die Sie herstellen.



Gute Hilfe ist nicht schwer zu finden, wenn sich Top-Talente für Sie interessieren

Jim Molis, Geschäftsauteur,
US-basierte Business Journals.



WIE MAN EMPFEHLUNGEN ERHÄLT

- Informieren Sie über freie Stellen und Stellenanforderungen. Kommunizieren Sie mit Ihren Mitarbeitern intern und mit ihren Gewerkschaften, um sie auf spezifische Stellenbeschreibungen aufmerksam zu machen, und bitten Sie um Empfehlungen, wenn Sie Stellen ausschreiben.
- Setzen Sie Ihre Mitarbeiter als «Unternehmensbotschafter» ein.
- Halten Sie Ihre potenziellen Mitarbeiter in jeder Phase auf dem neuesten Stand. Lassen Sie sie anhand klarer Zeitpläne wissen, wo sie sich im Prozess befinden.
- Bieten Sie Anreize: Neben Geld, das immer beliebt ist, können Sie auch Erlebnisse, Reisen, Gutscheine, Geschenke oder Flexibilität anbieten. Ermitteln Sie, was für Ihre Mitarbeiter relevant ist, prüfen Sie, ob es mit den Unternehmenszielen übereinstimmt, und überlegen Sie, was sie außerdem tun können.
- Erkennen Sie öffentlich an, wenn jemand in Ihrem Unternehmen einen Verbesserungsvorschlag einbringt, und lassen Sie ihn wissen, dass Sie seine Bemühungen zu schätzen wissen. Jede Anerkennung, von einer Auszeichnung bis hin zu einem öffentlichen Lob durch den CEO, wird von den Mitarbeitern geschätzt.
- Verbessern Sie Ihre Bewerbungsprozesse. Sie sollten einfach sein. Verwenden Sie eine Plattform, auf die einfach zugegriffen werden kann. Einige dieser Plattformen ermöglichen es Ihren potenziellen Mitarbeitern auch, auf sozialen Medien zu teilen.
- Seien Sie stets ansprechbar. Es erfordert Zeit und Mühe, Menschen kennenzulernen, aber es lohnt sich immer. Stets offen für Fragen zu sein, sorgt dafür, dass sich Menschen gesehen, gehört und respektiert fühlen (und werden).

Die Entwicklung eines erfolgreichen Programms ist zeitaufwendig und es muss immer wieder angepasst werden. Daher ist es wichtig, um internes Feedback zu bitten: Was funktioniert und was nicht? Bauen Sie auf dem Gelernten auf. Interne Vorschläge können bei der Entwicklung eines erfolgreicherer Systems sehr hilfreich sein. Eine Vielzahl von Initiativen trägt dazu bei, mehr Empfehlungen zu erhalten.

VIelfalt MITEINSCHLIESSEN

Sorgen Sie dafür, dass Diversität ein Teil Ihres Einstellungsprozesses ist. Wenn Sie sich nicht aktiv darum bemühen, Frauen und andere unterrepräsentierte Gruppen für Ihr Unternehmen zu gewinnen, schliessen Sie mehr als die Hälfte Ihrer zukünftigen Arbeitskräfte aus. Das sind viele potenzielle Talente, die wir uns entgehen lassen.

Frauen sind in der Druck- und Medienbranche häufig unterrepräsentiert, auch in Führungsrollen. Versuchen Sie, Ihre Stellenanzeigen und Aushänge integrativer zu gestalten. Es ist leicht, eine Sprache zu verwenden, die auf subtile Weise „geschlechterspezifisch« ist, ohne es zu merken. Häufig sind Stellenanzeigen die Hauptschuldigen für unbewusste Voreingenommenheit. Bemühen Sie sich um eine geschlechterneutrale Sprache, um Vorurteile gegenüber einem bestimmten Geschlecht zu vermeiden.

Es wurde weithin berichtet, dass geschlechtsspezifische Präferenzen auf subtile Weise durch Wörter wie «wettbewerbsfähig», «Führungskraft» und «dominieren» zum Ausdruck gebracht werden können. Diese werden in der Regel mit männlichen Stereotypen assoziiert, während Wörter wie «Gemeinschaft», «zwischenmenschlich» und «Unterstützung» im Allgemeinen mit weiblichen Stereotypen in Verbindung gebracht werden.

Wenn Sie nach mehr Vielfalt am Arbeitsplatz suchen, denken Sie darüber nach, was Sie in Ihre Stellenanzeigen aufnehmen. Ziehen Sie Folgendes in Betracht:



Print ist eine der nachhaltigsten und umweltverträglichsten Branchen auf dem Planeten.



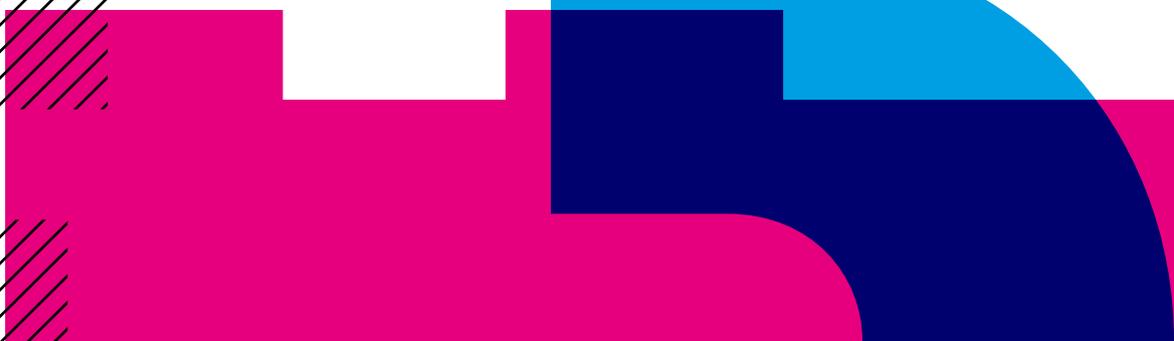
- Malen Sie ein Bild davon, wie es ist, in Ihrem Unternehmen zu arbeiten, indem Sie die Geschichte der Arbeitsplatzkultur und der Teamdynamik darstellen. Mehr Vielfalt zieht mehr Vielfalt an.

- Beschreiben Sie die von Ihnen gebotenen Vorteile und die Werte, für die Sie wirklich stehen. Dies hat sich als viel ansprechender erwiesen als lange Listen von Anforderungen oder Kompetenzen. Junge Menschen wollen für eine Marke oder ein Produkt arbeiten, das sie unterstützen.

- Erzählen Sie Erfolgsgeschichten von Frauen und Personen aus Minderheiten in ihrem Unternehmen, egal welcher Hierarchiestufe. Wenn Menschen sich selbst repräsentiert sehen, bewerben sie sich eher.

- Konzentrieren Sie sich auf die Leistungsziele der Rolle und was Sie von der Person erwarten. Nehmen Sie Punkte auf, die «wünschenswert, aber nicht entscheidend» sind. Die Förderung der Bedeutung von Schulung und Entwicklung innerhalb Ihrer Organisation wird dazu beitragen, den Talentpool zu erweitern.

- Entwickeln Sie gemeinsam mit den Arbeitnehmern und ihren Vertretern eine betriebliche Sozialpolitik und Verhaltenskodizes zu Themen wie Gesundheit und Sicherheit, Nichtdiskriminierung, sozialer Dialog, Gleichstellung usw. Machen Sie diese öffentlich bekannt.



SIE HABEN KEINE WEBSITE ODER SIND NICHT IN DEN SOZIALEN MEDIEN AKTIV? IHRE KONKURRENTEN SCHON.

Angesichts des Anstiegs medienübergreifender Dienstleistungen in der Druckbranche ist es wichtig, einen Multi-Channel-Ansatz zu verfolgen. Viele Druckereien sind sich des Potenzials der neuen digitalen Realität noch nicht bewusst und nutzen die Online-Kanäle nicht effektiv für die Vermarktung ihrer Marke und den Verkauf ihrer Produkte. Mit einer Website verbessert sich auch die Glaubwürdigkeit und Legitimität Ihres Unternehmens. Ihre Website und sozialen Kanäle vertreten Ihr Unternehmen online. Achten Sie also auf Folgendes:

- Kommunizieren Sie Ihre Markenwerte und Ihr Leitbild klar auf Ihrer Website und in den sozialen Medien.
- Werben Sie für Ihre freien Stellen, Ihr Angebot und Ihre Produkte.
- Schaffen Sie eine Fangemeinde und werden Sie bei Google und anderen Suchmaschinen gelistet.
- Stellen Sie Inhalte zu Neuigkeiten, Veranstaltungen und Kooperationen zur Verfügung, die die Bindung an Ihre Marke fördern.
- Werben Sie für die Vorteile von Print. Verknüpfen Sie sich mit bestehenden Kampagnen wie Two Sides² und dem Print Your Future-Projekt³. Zeigen Sie nicht nur Ihre Maschinen. Menschen wollen das Endprodukt sehen, nicht den Prozess.
- Zeigen Sie Arbeitnehmer, die ihre Arbeit erklären, und Arbeitnehmervertreter, die die Vorteile der Arbeit in einer Druckerei erläutern.
- Halten Sie sowohl Ihre Website als auch deren Inhalt auf dem neuesten Stand.
- Seien Sie aktiv in den sozialen Medien. Teilen Sie Neuigkeiten des Unternehmens, sowie Geschichten über Ihre Mitarbeiter und Kunden.
- Teilen Sie Profile oder Testimonials Ihrer bestehenden Mitarbeiter, um zu zeigen, wie einladend, vielfältig und attraktiv Ihr Unternehmen ist.

² <https://www.twosides.info/>

³ <https://printyourfuture.eu/>



WIE MAN FÜR
NACHWUCHSKRÄFTE
ATTRAKTIV

BLEIBT

Strenge, hierarchische Arbeitsplätze gehören der Vergangenheit an. Heute zählen interessante Arbeitsplätze und sinnvolle Arbeit. Sorgen Sie dafür, dass Ihre Mitarbeiter den Gesamtzusammenhang verstehen und in ihn eingebunden sind. Im Folgenden finden Sie einige Tipps, worauf es ankommt und was Sie tun können, um neue Mitarbeiter zum Bleiben bei Ihnen zu bewegen.

- Geld/Löhne sind wichtig, aber nicht alles. Die Arbeitnehmer suchen gute Arbeitsbedingungen, eine sinnvolle Work-Life-Balance, eine angenehme Arbeitsatmosphäre, teamorientiertes Arbeiten, Umweltbewusstsein und Entwicklungsmöglichkeiten.
- Stellen Sie sicher, dass Sie Ihre Ethik und Ihre Werte in einer klaren Vision und Strategie fördern. Insbesondere junge Menschen wollen für ein Unternehmen arbeiten, dessen Werte sie teilen können. Werben Sie zum Beispiel für Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein.
- Die Arbeitsplatzkultur ist von entscheidender Bedeutung und sollte, je nach Grösse oder Struktur Ihres Unternehmens, Pausen- und Sozialbereiche sowie ruhige Arbeitsbereiche, Zugang zu Fitnessstudios oder Fahrradprogrammen, flexible Arbeit bzw. Heimarbeit (weniger streng geregelte Arbeitszeiten), einen freien Tag zum Geburtstag oder einen frühen Feierabend im Jahr umfassen.
- Entwickeln Sie einen konstruktiven sozialen Dialog auf Unternehmensebene, in dem alle Arten von Arbeitnehmerbelangen erörtert werden können.
- Gründen Sie einen «Kulturausschuss», der sich aus Mitarbeitern aus dem gesamten Unternehmen zusammensetzt. Dieser erteilt Ratschläge, organisiert gesellschaftliche Veranstaltungen und Dienstleistungen vor Ort – achten Sie darauf, dass auch jüngere Menschen und Neueinsteiger einbezogen werden. Fördern Sie Kreativität und Einsatz.
- Regen Sie eine positive Arbeitsatmosphäre mit unterstützenden Führungskräften und Kollegen an, die allen Mitarbeitern helfen, etwas zu erreichen, anstatt sie niederzumachen.
- Beteiligen Sie Ihre Mitarbeiter an der Entscheidungsfindung in Bezug auf Arbeitsplatzkultur und Märkte. Insbesondere junge Menschen verfügen aufgrund ihrer Verbindung zur Popkultur über wertvolle Einblicke in aufstrebende und sich entwickelnde Märkte sowie über neue Ideen, Energie, Tatkraft und die Fähigkeit, über den Tellerrand zu schauen. Das sind alles wichtige Vermögenswerte. Nutzen Sie diese.
- Machen Sie den beruflichen Werdegang, die nächsten Schritte und Möglichkeiten sichtbar. Schaffen Sie eine Vision, was Mitarbeiter in Zukunft erreichen könnten.
- Machen Sie Ihre Anstrengungen für den Umweltschutz sichtbar, indem Sie deutlich zeigen, dass Sie nicht nur bestehende Rechtsvorschriften einhalten, sondern sogar etwas mehr als nötig unternehmen, z. B. im Bereich Recycling, Einführung von Zertifizierungen, die für Ihr Unternehmen sinnvoll sind, oder Optimierung des Energieverbrauchs.

UNTERSTÜTZUNG DURCH MENTORINGSYSTEME

Ein Unternehmen, das in berufliches Wachstum und Entwicklung investiert, ist für die nächste Generation attraktiv. Mentoring ist eine gute Möglichkeit, junge Menschen in Ihrem Unternehmen zu unterstützen. Einem Mentor geht es nicht darum, Leistungen zu beurteilen. So ist ein offenes Gespräch über kleinere Bedenken, Sorgen und die unvermeidlichen Herausforderungen auf dem Karriereweg einer Person möglich. Hier sind einige Tipps zu Mentoring:

- Bringen Sie einen Mitarbeiter mit jemandem aus einer anderen Abteilung oder einem anderen Team des Unternehmens zusammen, so dass der Mitarbeiter neue Kenntnisse über die Art und Weise, wie das Unternehmen geführt wird, erlangt.
- Machen Sie es nicht zur Pflicht, aber zu einer verbindenden Vereinbarung. Befähigen Sie den Mentee, Verantwortung zu übernehmen und für Sitzungen und Aktualisierungen mitverantwortlich zu sein. Erstellen Sie eine Struktur mit monatlichen Meetings. Schlagen Sie vor, die Treffen bei einem Kaffee oder in einer Umgebung abzuhalten, in der sich der Mentee wohl fühlt.
- Denken Sie daran, dass Mentoring nicht nur für neue oder junge Mitarbeiter da ist. Sie müssen sicherstellen, dass Ihr Unternehmen mit der heutigen technisch versierten Generation verbunden ist, um neue und aufkommende Tools und Technologien besser zu verstehen. Mentoring kann wechselseitig sein.
- Die Beteiligung Ihres Führungsteams an einem Mentoringprogramm jeglicher Art zeigt, dass es für Ihr Unternehmen von Bedeutung ist und dass die Weiterbildung und berufliche Entwicklung aller Mitarbeiter nicht zu kurz kommen.



FÜR IHR WOHLERGEHEN SORGEN

Arbeitgeber haben eine Fürsorgepflicht und müssen alles tun, was sie vernünftigerweise tun können, um die Gesundheit, Sicherheit und das Wohlbefinden ihrer Mitarbeiter zu fördern. Dazu gehört auch ihre psychische Gesundheit. Wenn Ihre Arbeitnehmer von einer Gewerkschaft vertreten werden, sollte diese Pflicht gemeinsam mit den Arbeitnehmervertretern in einem speziellen gemeinsamen Ausschuss für Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden wahrgenommen werden.

Gutes Management und positives Wohlbefinden am Arbeitsplatz gehen Hand in Hand, und es gibt eindeutige Beweise dafür, dass die Förderung des Wohlbefindens am Arbeitsplatz die Produktivität erhöht.

Wenn Mitarbeiter das Gefühl haben, dass sie offen und problemlos über Fragen der Work-Life-Balance und des Wohlbefindens sprechen können, ist die Wahrscheinlichkeit geringer, dass sich Probleme aufbauen. Dies kann dazu führen, dass weniger Fehlzeiten aus gesundheitlichen Gründen anfallen und die Arbeitsmoral verbessert wird. Im Folgenden finden Sie einige Tipps, wie Sie Ihr Unternehmen zu einem sicheren Arbeitsplatz machen können:

- Stellen Sie eine zweckmässige Gesundheits- und Sicherheitspolitik zum Schutz der Arbeitnehmer auf, gegebenenfalls in Einvernehmen mit den Arbeitnehmervertretern Ihres Unternehmens.
- Führen Sie Umfragen zum Wohlbefinden der Mitarbeiter durch und geben Sie Ihnen die Möglichkeit eines anonymen Feedbacks, damit Sie die aktuellen Anliegen offen und ehrlich beurteilen können.
- Ermutigen Sie Ihre Vorgesetzten dazu, dass sie das Wissen und die Zuversicht haben, einen Mitarbeiter bei Bedarf an fachkundigere Stellen zu verweisen.
- Vergewissern Sie sich, dass Sie Ressourcen zur qualifizierten Unterstützung und Anleitung im Bereich Personal verfügen, die Ihre Mitarbeiter nutzen können.

Schaffen Sie eine Dialogkultur in Ihrem Unternehmen. Wenn Sie eine Arbeitsplatzkultur kreieren, in der die Menschen sie selbst sein können, fällt es ihnen leichter, ohne Angst über ihre Sorgen und Ideen zu sprechen. Sie nehmen eher Hilfe an, wenn sie diese brauchen.



HELFEN SIE IHNEN, SICH SELBST ZU ENTWICKELN

In jedem Land gibt es eine Reihe staatlich subventionierter, von der Industrie geförderter und privater Weiterbildungsangebote, die von den Unternehmen genutzt werden können. Informieren Sie sich über die Möglichkeiten der Ausbildungsunterstützung, die Ihnen zur Verfügung stehen. Einige von ihnen bieten flexible und erschwingliche Möglichkeiten, neue Talente zu entwickeln oder bestehendes Personal weiterzubilden.

Qualifizierte, geschulte Arbeitskräfte können das Endergebnis drastisch verbessern, den Wert von Produkten und Dienstleistungen erhöhen und die internationale Wettbewerbsfähigkeit erleichtern.

Die persönliche Entwicklung während einer Karriere in der Druckbranche ist keine Frage des Alters. Lebenslanges Lernen muss für alle Altersgruppen Realität sein, damit die Menschen sich engagieren und die richtigen Fähigkeiten und Kenntnisse entwickeln.

Wenn es für Ihr Unternehmen relevant ist, sollten Gewerkschaftsvertreter bei Entscheidungen über Ausbildungsprogramme konsultiert werden.

EIN GUTER START FÜR NEUEINSTEIGER

Wenn Sie Neueinsteigern ein positives Erlebnis in Ihrem Unternehmen bieten, ist das der beste Weg, um sie zum Bleiben zu bewegen. Es ist entscheidend, dass ausreichend Unterstützung gegeben wird. Hier sind einige Tipps, die Ihnen bei der Unterstützung Ihrer Neueinsteiger helfen:

- **Richtige Einarbeitung ist der Schlüssel.** Stellen Sie sicher, dass Sie eine Checkliste mit Informationen haben. Teilen Sie unterhaltsame Fakten über das Unternehmen, Organigramme des Teams und einige Hintergrundinformationen über Ihre bisherige Tätigkeit mit. Denken Sie daran, dass diese Person noch nie mit Ihnen gearbeitet hat und wahrscheinlich neu in der Branche ist. Gehen Sie nicht davon aus, dass sie all dies bereits weiss.
- **Geben Sie praktische Anleitung.** Zeigen Sie klar und deutlich, wie die Dinge im Allgemeinen in der Arbeitsumgebung ablaufen, damit sie sich daran orientieren können. Geben Sie wichtige Kontakte, Arbeitszeiten, Pausenzeiten, Lohn- und Gehaltsdaten, Angaben zur Personalabteilung und Erinnerungen an Unternehmensleistungen an.
- **Das Team treffen.** Vergewissern Sie sich, dass sie die verschiedenen internen Teams oder Abteilungen kennen, und organisieren Sie Belegschaftstreffen, damit sie sich als Teil des Unternehmens fühlen.
- **Setzen Sie Ziele und Erwartungen.** Neueinsteiger haben weniger Ahnung von dem, was sie erwartet, als Einsteiger mit Berufserfahrung. Geben Sie



klare Aufgaben vor und sorgen Sie dafür, dass Neueinsteiger von Anfang an unterstützt werden, damit sie Vertrauen in die Übernahme von Verantwortung gewinnen. Kommunizieren Sie die Standards und Zeitpläne, die eingehalten werden müssen. Geben Sie ihnen aber auch ausreichend Gelegenheit, um Hilfe zu bitten und etwaige Probleme anzusprechen.

■ **Nachverfolgung.** Überprüfen Sie die Fortschritte und führen Sie Sitzungen durch, um sicherzustellen, dass Nachwuchskräfte sich wertgeschätzt und unterstützt fühlen. Neueinsteiger brauchen mehr Sicherheit als andere Mitarbeiter. Durch regelmässiges Nachfassen können Sie feststellen, ob sie sich in die richtige Richtung entwickeln und wo eventuell Schulungsbedarf besteht.

■ **Übertragen Sie gegebenenfalls die volle Verantwortung.** Neueinsteiger brauchen zwar viel Anleitung, aber es ist wichtig, ihnen gegebenenfalls auch Autonomie bei ihrer Arbeit zu geben. Erlauben Sie ihnen, Entscheidungen über ihre Arbeit zu treffen, um ihnen das Gefühl zu geben, dass sie für ihre Aufgaben verantwortlich sind, und arbeiten Sie dann darauf hin, dass sie noch mehr Verantwortung übernehmen.

■ **Beziehen Sie Neueinsteiger in Ihr Mentoringprogramm ein.** Geben Sie ihnen einen «Buddy», um sie zu unterstützen und zu erfahren, wie die verschiedenen Abläufe in Ihrem Unternehmen funktionieren.

■ **Seien Sie verfügbar.** Nehmen Sie sich Zeit für Ihre Mitarbeiter.

■ **Beziehen Sie Gewerkschaftsvertreter ein.** Bei Entscheidungen, Nachverfolgung und Bewertungen.



Zufriedene und motivierte Arbeitnehmer bedeuten höhere Mitarbeiterbindung



HÖREN SIE ZU

Führen Sie regelmässig Einzelgespräche, um den derzeitigen Mitarbeitern Gelegenheit für Feedback zu geben. Dieses Feedback kann sehr hilfreich sein, um zu verstehen, wie sich Ihre Mitarbeiter fühlen und was Sie besser machen können, um Talente zu halten. Hier einige Fragenvorschläge:

1. Welcher Teil Ihrer Tätigkeit motiviert Sie, jeden Tag zur Arbeit zu kommen?
2. Auf welche Aspekte freuen Sie sich nicht, wenn Sie zur Arbeit kommen?
3. Wie gut werden Ihrer Meinung nach Ihre Erfahrungen und Talente genutzt?
4. Welche Fähigkeiten haben Sie, von denen Sie glauben, dass sie nicht genutzt werden?
5. Was sind Ihre langfristigen beruflichen Bestrebungen? Helfen wir Ihnen, sie hier zu erreichen?
6. Haben Sie schon einmal darüber nachgedacht, zu kündigen? Wenn ja, was hat Sie veranlasst, dies in Erwägung zu ziehen?
7. Warum haben Sie sich entschieden zu bleiben?
8. Gibt es irgendetwas, das Sie an Ihrem Job ändern möchten? Gibt es Dinge, die Sie bezüglich Ihres Teams oder Ihrer Abteilung ändern möchten?

FINDEN, ATTRAKTIV SEIN UND BLEIBEN CHECKLISTE

Hier ist eine Checkliste mit Punkten, die ein Unternehmen attraktiv machen. Kreuzen Sie die Punkte an, um die Sie sich gekümmert haben oder die bereits erledigt sind, und überlegen Sie dann, wie Sie die Punkte erreichen, die noch ausstehen. Dinge aufzuschreiben hilft dabei, sich auf eine ehrliche Bewertung zu konzentrieren. Wenn Sie nicht viele Kästchen ankreuzen, machen Sie sich keine Sorgen. Auf der Print Your Future-Website⁴ finden Sie eine Liste von Hilfsmitteln, die Ihnen helfen, die Attraktivität Ihres Unternehmens zu verbessern.

Checkliste

- Haben Sie sich an Ihren lokalen Handelsverband gewandt?
- Haben Sie sich an Ihre lokale Gewerkschaft gewandt?
- Beteiligen Sie sich an kontinuierlicher Kommunikation im sozialen Dialog?
- Sind Sie sich über Ihre Mission, Ihre Werte und Ihre Kultur im Klaren?
- Haben Sie definiert, was Sie sowohl intern als auch extern an Nachhaltigkeitsbemühungen tun?
- Haben Sie eine Website, auf der das Beste von dem, was Sie anbieten, präsentiert wird? Ist sie aktuell?
- Haben Sie sich an lokale Schulen, Hochschulen oder Universitäten gewandt?
- Nehmen Sie an lokalen Handels- oder Jobmessen teil, um Ihr Geschäft zu fördern?
- Bieten Sie berufliche Wachstums- und Entwicklungsmöglichkeiten?
- Haben Sie ein Mentoring-System eingerichtet?
- Bieten Sie Unterstützung beim Wohlbefinden?
- Bieten Sie eine wettbewerbsfähige Bezahlung?
- Ist Ihr Personal (einschliesslich der Führungskräfte) geschlechtsspezifisch ausgewogen?
- Sammeln Sie Fallstudien von derzeitigen Mitarbeitern, um sie als Werbemittel einzusetzen?
- Haben Ihr Unternehmen sich um Auszeichnungen oder Anerkennungen für herausragende Leistungen beworben oder solche erhalten?
- Haben Sie auf Ihrer Website oder in den sozialen Medien für Ihre Unternehmenskultur geworben, um zu zeigen, dass Ihr Unternehmen ein grossartiger Arbeitsplatz ist?
- Hat sich Ihre Personalabteilung mit flexiblen Arbeitszeiten, Arbeitsorten, Pendelzeiten und Leistungen befasst?
- Haben Sie Karrierewege für Ihre Mitarbeiter erstellt?
- Werben Sie aktiv für neue Stellen, sowohl intern als auch extern?

⁴ <https://printyourfuture.eu/>

Ressourcen

Print Your Future Website (Europa)

<https://printyourfuture.eu/>

Website von Intergraf (Europa)

<https://www.intergraf.eu/>

UNI Europa Graphical Website (Europa)

<https://www.uni-europa.org/>

Verband der Estnischen Druck- und Verpackungsindustrie - AEPPI (Estland)

<https://etpl.ee/>

<https://www.printinestonia.eu/>

Website der Hochschule der

Medien Stuttgart (Deutschland):

<https://www.hdm-stuttgart.de/pmt>

ZFA Website (Deutschland)

<https://zfamedien.de/>

GOC Website (Niederlande)

<https://goc.nl/>

Associação Portuguesa

das Indústrias Gráficas e

Transformadoras do Papel -

APIGRAF Website (Portugal)

<http://www.apigraf.pt/>

British Printing Industries

Federation - BPIF Website (UK)

<https://www.britishprint.com/>

EIN APPELL, DIE GRAFISCHE BRANCHE ATTRAKTIVER ZU MACHEN

Das Print-Your-Future-Projekt findet im Rahmen des europäischen sozialen Dialogs in der Druck- und Medienbranche statt, mit dem Ziel, die Attraktivität der grafischen Branche zu erhöhen. Dies ist ein Problem, das in unseren Arbeitsprogrammen 2019-2021 (Beginn im September 2018) und 2022-2024 (Beginn im November 2021) analysiert wird. Die Branche steht vor internen Herausforderungen wie Qualifikationsdefiziten, demografischem Wandel und einem irreführenden negativen Image sowie vor externen Herausforderungen wie der Digitalisierung, der rasanten technologischen Entwicklung und dem veränderten Verbraucherverhalten. Es ist wichtig, dass die Unternehmen dynamisch und anpassungsfähig bleiben, um auf diese Herausforderungen zu reagieren. Ein entscheidender Teil der Lösung besteht darin, die Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften in traditionellen und neuen Funktionen aufrecht zu erhalten, indem sichergestellt wird, dass die Branche für junge Menschen attraktiv ist. Genau hier setzt das Print-Your-Future-Projekt an.

Das Print-Your-Future-Projekt reagiert auf die mangelnde Attraktivität der Branche mit der Entwicklung verschiedener Instrumente und Ressourcen, die den Akteuren in ganz Europa dabei helfen sollen, bei jungen Menschen und anderen potenziellen Arbeitnehmern sowie bei den derzeitigen Mitarbeitern für den grafischen Sektor zu werben. Dazu gehören:

- Eine **Umfrage** zur Diagnose potenzieller Probleme, Lösungen und bewährter Verfahren in Bezug auf Rekrutierungs- und Beschäftigungspraktiken in der europäischen Druck- und Medienbranche;
- Ein **Toolkit zu Bewährten Verfahren**, um praktische Ratschläge zu unterbreiten;
- Eine **Kommunikationskampagne** zur Förderung der europäischen Druckbranche, einschliesslich:
 - einer übersichtlichen Website mit Informationen über Karrierewege, Berufsprofile, Schulen, Hochschulen und Kursen, zum Aufzeigen einer neuen branchenspezifischen Identität mit Video-Testimonials und Fotos von jungen Menschen in der Branche;
 - Vier Young Workers' Days (in Estland, Deutschland, den Niederlanden und Portugal), um bei jungen Menschen für die Druckbranche zu werben.

Das Toolkit und die Kommunikationskampagne berücksichtigen Umfrageergebnisse, die zeigen, dass die Attraktivität der Druckbranche derzeit ein Problem darstellt. 82 % der Befragten halten es für entscheidend, an der Umstrukturierung des Images der Branche für junge Menschen zu arbeiten, klarere Karrierewege für junge Menschen zu schaffen und Kommunikationskampagnen durchzuführen, die die Sprache der jungen Menschen sprechen. Die Befragten halten die Anwerbung von jungen Talenten für problematischer als die Beschäftigung, obwohl in beiden Bereichen Probleme festgestellt wurden. Daher konzentriert sich das Toolkit auf Lösungen, die für beide Bereiche relevant sind, indem es Ratschläge gibt, wie man junge Menschen für die Druckbranche in Europa findet, begeistert und dauerhaft hält.



PRINT YOUR FUTURE

MIT UNTERSTÜTZUNG VON



PROJEKT-KOORDINATOREN



graphical &
packaging

LÄNDEREXPERTEN



TECHNISCHE EXPERTEN

