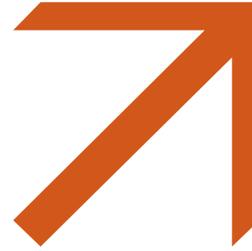
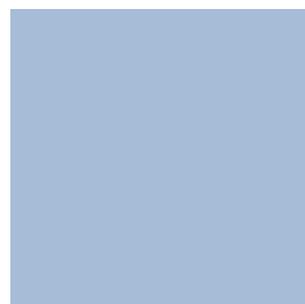
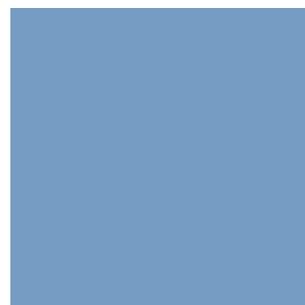
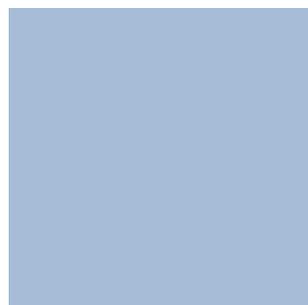
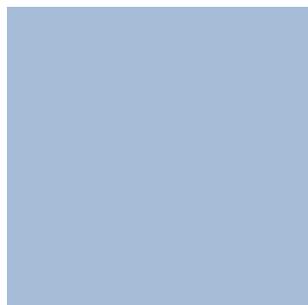


DER WEG IN DIE ZUKUNFT



Imagekampagne und
Weiterbildungsinitiative



Unsere Themen

Keine Zukunft ohne positives Image

- Berufsmarketing- und Imagekampagne Seite 3
-

Was bisher geschah

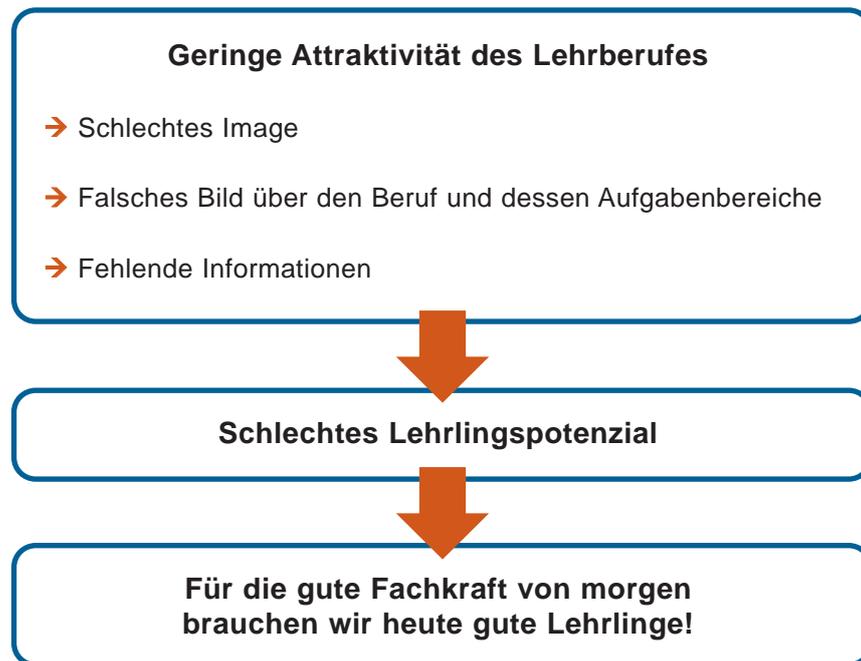
- Kick Off Berufsmarketing –
Bundesgremium des Holz- und Baustoffhandels Seite 6
 - Diplom Bauproduktfachberater/in –
Weiterbildungsinitiative des ba Seite 8
-

Umfrageergebnisse

- Was sagen unsere Betriebe? Seite 11
-

1. Keine Zukunft ohne positives Image

Unsere Herausforderung:



Unser Ziel:

Mehr und bessere Lehrlinge für den Baustoff-Fachhandel und die Baumärkte zu gewinnen

Wie erreichen wir unser Ziel?

Mit einer umfassenden Berufsmarketing- und Imagekampagne

- Wir machen auf den Lehrberuf aufmerksam.
- Wir informieren über die beruflichen Perspektiven.
- Wir schaffen Begeisterung für den Lehrberuf.

Wie begeistern wir Schüler, Eltern und Lehrer?

Mit den richtigen Mitteln am richtigen Ort!

Was sind die richtigen Mittel?

→ Imagefilm

Präsentation in Unternehmen, im Berufsorientierungsunterricht in Schulen, in Berufsschulen am Tag der offenen Tür, bei Berufsinformationsmessen und -veranstaltungen sowie auf diversen Websites.

→ Give Aways

Verteilung an Schüler bei Veranstaltungen bzw. in Schulen.

Mögliche Give Aways: gebrandete Handyanhänger, MP3 Kopfhörer, Süßigkeit in gebrandeter Verpackung (zB Ziegelsteinmuster, Zementsack-Verpackung), Energydrink „BauSTOFF“ im „Rohrdesign“, Freecards, Handylogo, Handyspiel, Handyklingelton zum Herunterladen aus dem Internet

→ New and Social Media

Soziale Netzwerke und soziale Plattformen liegen derzeit voll im Trend. Kurz definiert sind sie „digitale Medien, die persönlich werden“ und so ganz besonders zur persönlichen Ansprache der Zielgruppe „Jugendliche“ geeignet sind.

Möglich sind: Gründung einer Gruppe aus Lehrlingen und Schülern im schuelerVZ (einer in Österreich unter Jugendlichen sehr beliebten Online-Applikation), Erstellung eines informativen MySpace Profils, Fotostrecken auf Flickr und Videos auf YouTube

→ Faszination Bauen – Hausbau-Set für Schulen

Ein Hausbau-Set soll bei Schülern die Faszination für das Bauen und Renovieren wecken und ihnen die Bauprodukte und die Aufgabenbereiche im Lehrberuf Bauproduktfachberater/in näher bringen. In Kooperation mit Schulen kann das Hausbau-Set im Unterricht zur Anwendung kommen und so den ersten direkten Kontakt mit der Ausbildung bieten.

→ Poster und Roll Ups

Was sind die richtigen Orte?

→ Schulen

Die Schulen sind ein wichtiger Ort, um mit potentiellen Lehrlingen in Kontakt zu kommen. Neben der Verteilung von Info- und Werbematerialien ist es besonders wichtig, den Lehrern ein didaktisches Konzept für den Unterricht zur Verfügung zu stellen. Auch die Vorstellung des Lehrberufes im Unterricht zB von Ausbildern oder Lehrlingen bietet sich an, um das Interesse für den Beruf zu wecken.

→ Ihre Betriebe

- **Road-Shows** direkt bei Baustoff-Fachhandlungen und Baumärkten sollen Jugendlichen und deren Eltern einen umfassenden Einblick in den vielfältigen Lehrberuf und die Branche geben. Dabei werden Info-Materialien und Give-Aways verteilt, der Imagefilm präsentiert, Interviews mit Lehrlingen und Ausbildern geführt, Verkaufsgespräche vorgeführt, ein Gewinnspiel veranstaltet etc.
- **Besuche von Schulklassen in Betrieben** sind besonders wirksam, denn nirgends kann ein Betrieb und eine Ausbildung besser präsentiert werden als im Betrieb selbst.

Wir produzieren die Mittel, erstellen didaktische Materialien für Schulen, organisieren die Road-Shows und stellen Kontakte zwischen Ihrem Betrieb und den Schulen her. Für die Umsetzung der Aktivitäten ist Ihre Unterstützung gefragt.

Wie informieren wir politische Entscheidungsträger und Medien?

→ Lobbying

Bei politischen Entscheidungsträgern soll das Bewusstsein für die Wichtigkeit der Lehrlingsausbildung im Baustoff-Fachhandel und in den Baumärkten geschaffen und gefestigt werden. Wenn es in Medienberichten oder bei Veranstaltungen um die Lehrlingsausbildung geht, sollen der Lehrberuf und der Schulversuch als „Best Practice Beispiel“ herangezogen werden.

→ Veranstaltung

zB Kick Off Veranstaltung, Zwischenpräsentation oder Endveranstaltung

→ PR-Maßnahmen

Aufbereitung von Presseberichten, Einladung von Journalisten v.a. von Regionalmedien zu Veranstaltungen in Betrieben, Schulen etc.

Alle angeführten Maßnahmen sind sinnvoll, um auf den Lehrberuf und die Branche aufmerksam zu machen. Welche Maßnahmen umgesetzt werden, hängt vom zur Verfügung stehenden Budget ab.

2. Kick Off Für das Berufsmarketing

Das **Bundesgremium des Holz- und Baustoffhandels** hat bereits den ersten Schritt gesetzt und mit **Berufsmarketingaktivitäten** begonnen. Die geplante Berufsmarketing- und Imagekampagne des Österreichischen Baustoff Ausbildungszentrums (ba) soll auf diesen Aktivitäten aufbauen.

Für das Berufsmarketing wurde für den Lehrberuf Einzelhandel – Baustoffhandel die Bezeichnung **Bauproduktfachberater/in** und folgender Slogan gewählt:

Bauproduktfachberater – Der Beruf auf den du bauen kannst

Die Bausteine der Kampagne sind:

→ **Informationsfolder für Jugendliche**

Der Folder richtet sich vor allem an Schüler der siebenten, achten und neunten Schulstufe (potenzielle Lehrlinge). Der Folder enthält kurz und bündig wichtige Informationen rund um den Lehrberuf, die Lehrlingsausbildung, Berufschancen und Weiterbildungsmöglichkeiten sowie Statements von Lehrlingen.

→ **Website**

Für den Lehrberuf Bauproduktfachberater/in wurde eine eigene Website erstellt: www.lehrlingsinfo.at/bauproduktfachberater

Wie der Screenshot der Startseite zeigt, richtet sich die Website an vier Zielgruppen:



Screenshot: Startseite für Jugendliche



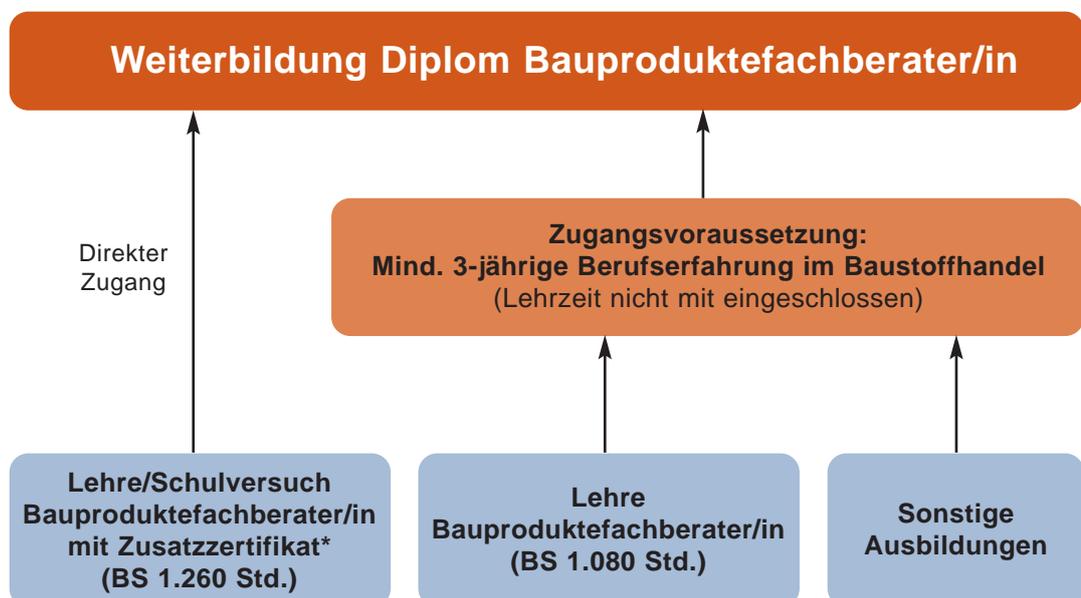
- ➔ **Zertifikat „Zertifizierte/r Bauproduktfachberater/in“**
Das Bundesgremium des Holz- und Baustoffhandels möchte durch die Vergabe des Zertifikats „Zertifizierte/r Bauproduktfachberater/in“ den bestehenden Schulversuch mit der erweiterten Berufsschulbildung (1.260 Unterrichtsstunden) aufwerten. Das Zertifikat erhalten in Zukunft alle Lehrlinge, die den Schulversuch Baustoffhandel mit 1.260 Unterrichtsstunden absolviert und die Lehrabschlussprüfung bestanden haben. Das Zertifikat wird vom Bundesgremium und dem jeweiligen Landesgremium des Holz- und Baustoffhandels sowie der betreffenden Berufsschule verliehen.
- ➔ **Logo für den Lehrberuf Bauproduktfachberater/in**
- ➔ **Informationsfolder für Betriebe**
Dieser Folder wird Informationen zur Lehrlingsausbildung, zum Zertifikat „Zertifizierte/r Bauproduktfachberater/in“ und zur Weiterbildung „Diplom Bauproduktfachberater/in“ enthalten.

3. Weiterbildungsinitiative: Diplom Bauproduktfachberater/in

Das Österreichische Baustoff Ausbildungszentrum (ba) hat sich entschieden, eine zertifizierte Weiterbildung für den Baustoff-Fachhandel und die Baumärkte anzubieten. Mit diesem neuen Weiterbildungsangebot sollen

- gute Fachkräfte einen Anreiz erhalten, eine Karriere im Baustoff-Fachhandel oder im Baumarkt anzustreben,
- die Baustoff-Fachhändler und Baumärkte qualifizierte motivierte Fachkräfte erhalten,
- Jugendliche auf den Lehrberuf Bauproduktfachberater/in und die hochwertige Aus- und Weiterbildung im Baustoff-Fachhandel und in den Baumärkten aufmerksam gemacht werden.

1. Zugangsvoraussetzungen



*Anmerkung: Das Zusatzzertifikat „Zertifizierte/r Bauproduktfachberater/in“ erhalten zukünftig alle Lehrlinge, die die Lehrabschlussprüfung bestanden und den Schulversuch mit dem erweiterten Berufsschulunterricht (1.260 Stunden) absolviert haben.

2. Inhalte/Module der Weiterbildung

Die Weiterbildung umfasst folgende **vier Module** sowie eine **Projektarbeit**:

Modul	Bildungseinheiten
Verkaufstechniken	24
Fachspezifikum	32
Betriebswirtschaft	8
Persönlichkeitsbildung	16
Gesamt	80

Insgesamt müssen für das Diplom 80 Bildungseinheiten absolviert werden. Eine Bildungseinheit entspricht dabei einer Unterrichtsstunde (50 – 60 Minuten).

Im Folgenden werden die Inhalte angeführt, die innerhalb der jeweiligen Module absolviert werden können.

Modul: Verkaufstechniken

- Bedarfsermittlung
- Produktpräsentation
- Argumentation (zB Preis, Rabatt, Nutzen)
- Abschlussstechnik
- Einwandbehandlung
- Reklamationsbehandlung
- Mehrpersonenverkauf
- Zusatzverkauf
- Telefonverkauf/Telefontraining
- Verkaufspsychologie

Neben Weiterbildungskursen bzw. Seminaren zu den angeführten Inhalten können auch Verkaufcoachings absolviert werden.

Modul: Betriebswirtschaft

- Kostenstrukturen
- Kalkulation und Preisbildung
- Preisnachlass

Projektarbeit

Zusätzlich zu den Weiterbildungsaktivitäten müssen die Teilnehmer eine Projektarbeit verfassen und vor einer Kommission präsentieren. Das ba gibt mögliche Themen für die Projektarbeit vor, das Thema kann aber auch frei gewählt werden.

Modul: Fachspezifikum

- Praxisbezogene Produktschulungen
- Energieoptimiertes Bauen/Sanieren
- Rechtliche Grundlagen (zB Garantie, Gewährleistung, Bauordnung, Förderungen)
- Bautechnik

Modul: Persönlichkeitsbildung

- Teamfähigkeit
- Konfliktlösung
- Kommunikationstraining
- Rhetorik
- Zeitmanagement
- Konstruktives Feedback
- Richtiges Benehmen („Knigge fürs Leben“)

3. Organisation der Weiterbildung

Weiterbildungsmaßnahmen

- Die Teilnehmer müssen für jedes Modul Seminare bzw. Kurse absolvieren
- Die Teilnehmer können aus den zuvor beschriebenen Inhalten ihre Weiterbildungsaktivitäten frei wählen.
- Für das Diplom werden Seminare und Kurse von diversen Weiterbildungsanbietern sowie auch firmeninterne Weiterbildungen angerechnet.
- Zu den einzelnen Modulen werden vom ba Kursempfehlungen abgegeben.

Weiterbildungspass

Die gesamten Weiterbildungsaktivitäten müssen in einem Weiterbildungspass dokumentiert werden. Der Weiterbildungspass wird vom ba im Zuge der Anmeldung zur Weiterbildung ausgegeben. Um das Diplom zu erhalten, muss der ausgefüllte Weiterbildungspass mit einer Kopie aller Kursbestätigungen (Zeugnissen/Zertifikaten) beim ba eingereicht werden. Das ba überprüft den Weiterbildungspass und die Kursbestätigungen und vergibt nach der Präsentation der Projektarbeit das Diplom.

Gültigkeit der Weiterbildungen

Die gesamten Weiterbildungsaktivitäten müssen innerhalb von zwei Jahren absolviert werden. Als Stichtag gilt das Datum der Anmeldung.

16 Bildungseinheiten, die bereits vor der Anmeldung absolviert wurden, können im Rahmen der Weiterbildung Diplom Bauproduktfachberater/in angerechnet werden. Der Besuch dieser Weiterbildungen darf jedoch nicht länger als zwei Jahre ab dem Zeitpunkt der Anmeldung zurückliegen. Für das Modul „Fachspezifikum“ trifft diese Regelung nicht zu, in diesem Modul können keine Bildungseinheiten angerechnet werden.

Projektarbeit und Diplomvergabe

Die Projektarbeit soll in etwa zehn Seiten umfassen und muss vor einer Kommission präsentiert werden. Die Präsentation soll in etwa zehn Minuten dauern. Die Projektarbeit muss mindestens vier Wochen vor der Präsentation mit dem ausgefüllten Weiterbildungspass an das ba übermittelt werden. Die Kommission besteht aus ein bis zwei Personen aus dem ba-Beirat sowie Unternehmensvertretern. Im Anschluss an die Präsentation erfolgt die feierliche Diplomvergabe. Es werden zwei Mal im Jahr Termine für die Abschlusspräsentation und die Diplomvergabe angeboten.

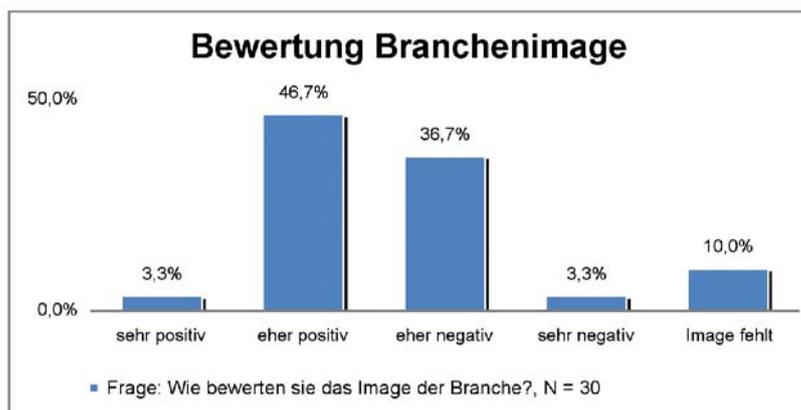
Auf der Website des ba wird ein eigener Bereich eingerichtet, der Informationen rund um die Weiterbildung enthält.

4. Was sagen unsere Betriebe

Für die Jubiläumsveranstaltung des VBÖ wurde im Zeitraum April/Mai 2008 eine telefonische Umfrage mit den VBÖ-Mitgliedsbetrieben durchgeführt. Insgesamt haben 30 Personen, überwiegend Geschäftsführer (80 %), aus ganz Österreich an der Umfrage teilgenommen.

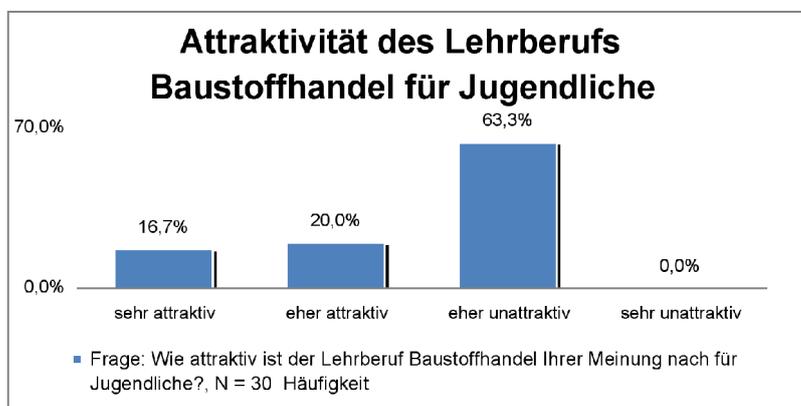
Image der Branche und des Lehrberufs Baustoffhandel

Die Hälfte der Befragten bewertet das Image des Baustoffhandels und der Baumärkte positiv, 40 % negativ. 10 % der Befragten geben an, dass der Branche ein Image fehlt.



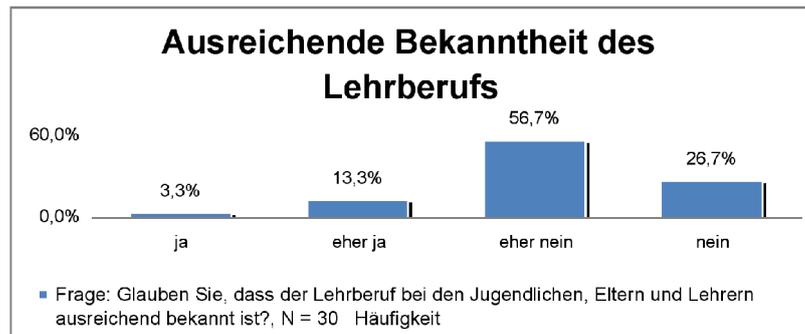
Die **Mehrheit der Befragten** hält den **Lehrberuf Baustoffhandel** für **unattraktiv**.

Als Grund dafür gaben acht Befragte an, dass zu wenig über den Lehrberuf informiert wird und der Beruf an sich unbekannt ist. Als weitere Gründe wurden das schlechte Image, unattraktive Arbeitszeiten und geringe Verdienstmöglichkeiten genannt.

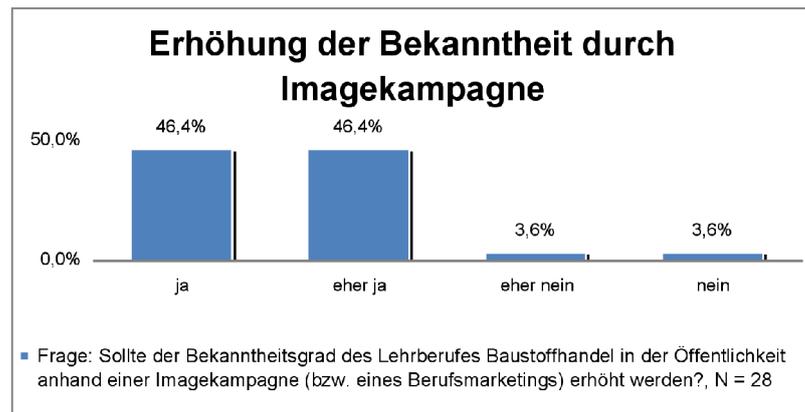


Umfrageergebnisse

Der **Großteil der Befragten** ist der Meinung, dass der Lehrberuf bei den Jugendlichen, Eltern und Lehrern **zu wenig bekannt ist**.



Fast alle Befragten sind der Meinung, dass die Bekanntheit des Lehrberufs Baustoffhandel durch eine Imagekampagne erhöht werden sollte. Den Bedarf einer Imageverbesserung der Branche sehen rund 48 % der Befragten.



Lehrlingsausbildung

Die folgenden Auswertungen beziehen sich auf die Antworten der 22 Betriebe, die Lehrlinge ausbilden.

- Rund 86 % der Befragten Ausbildungsbetriebe erachten die Lehrlingssuche als eher schwierig bzw. sehr schwierig.
- Rund 82 % der Befragten finden, dass das Niveau der Lehrlinge immer mehr abnimmt.
- Rund 86 % der Befragten sind davon überzeugt, dass es in Zukunft immer schwieriger wird, geeignete Lehrlinge zu finden.
- Rund 73 % der Befragten sind der Meinung, dass sich die gesamte Branche aktiv um das Image des Lehrberufs bemühen muss.
- Rund 90 % der Befragten finden, dass der Lehrberuf eine Imagekampagne braucht.