

30 Jahre Berufsinformation der M+E-Industrie: vom Gelenkbus zum InfoTruck
Bereits 450.000 Jugendliche nutzten die mobile Berufsinformation der größten hessischen Industrie // 4.000 Azubis starten pro Jahr

Frankfurt am Main. Am 19. Oktober 1988 starteten HESSENMETALL und Gesamtmetall die mobile Berufsinformation mit der Präsentation des ersten InfoMobils – einem umgebauten Gelenkbus – in Frankfurt am Main. Heute – drei Jahrzehnte später – eröffnen zehn M+E-InfoTrucks bundesweit Schülerinnen und Schülern mit modernsten Medien und Hands on-Experimenten die Faszination neuester Technik in der Metall- und Elektro-Industrie. Internet- und Social Media-Angebote stellen zusätzliche Informationen für die Jugendlichen bereit, plus spezielle Informationen für interessierte Eltern und Lehrkräfte.

Eindrucksvolle Bilanz

Die erfolgreiche Bilanz nach 30 Jahren mobiler Berufsinformation in Hessen: 450.000 Besucher/innen, 30.000 Einsatzstunden, 210.000 Fahrzeugkilometer, 10.500 gefräste Werkstücke und 3.000 Schulkontakte. Bei 326 anerkannten Ausbildungsberufen ist es für die Schülerinnen und Schüler schwer, den Beruf zu finden, der zu ihnen passt. „Da ist unser InfoTruck eine sehr gute Hilfe, gerade weil dort abgebildet wird, wie die Berufswelt in unserer Industrie heute tatsächlich aussieht. Und in unserer Ausbildungsplatzbörse finden die Jugendlichen sofort alle Betriebe bei denen sie sich bewerben können. Fast 4.000 junge Frauen und Männer beginnen jedes Jahr allein in Hessen eine Ausbildung in unserer Industrie. Das sind gut 10 Prozent aller Auszubildenden“, unterstrich Dirk Pollert, Hauptgeschäftsführer von Hessenmetall die Notwendigkeit guter Beratung bei der Berufswahl.

Grund für die erhebliche Investition in die ersten vier Fahrzeuge sei damals schon gewesen, dem Fachkräftemangel entgegen zu wirken und die Neuordnung der Berufe in der M+E-Industrie bekannt zu machen. Auch heute werde der Mangel an Fachkräften in vielen Unternehmen spürbar. Aktuell seien elf Ausbildungsberufe u.a. durch die Integration digitaler Inhalte, modernisiert. Durch aktuelle Berufsinformation, aus erster Hand und im direkten Kontakt mit Ausbildern und Auszubildenden, könnten Jugendliche herausfinden, ob einer dieser Berufe gut zu ihren Wünschen und Fähigkeiten passe.

1996 ging die zweite Generation der InfoMobile auf Tour. Neufahrzeuge lösten die alten, umgebauten Gelenkbusse ab. Denn während man noch zu Beginn des Projekts von einer Laufzeit von dreieinhalb Jahren gesprochen hatte, wurde schnell klar, dass die Berufsinformationskampagne auch über diese Zeit hinaus erfolgreich sein würde. „Dass es nun 30 Jahre geworden sind, hätte damals wohl kaum jemand für möglich gehalten“, so Pollert. Heute sind es rund 36 Personen, die im Innen- und Außendienst rund um die Einsätze der Trucks Nachwuchswerbung für die M+E-Industrie betreiben. Der Truck dient dabei auch als Ankerprodukt, um bei den Zielgruppen mit Print und vor allem digitalen Medien Nachhaltigkeit zu erzeugen.

Gute Arbeit geleistet

Der Erfolg der M+E-Berufsinformation fand schnell Anerkennung. 1999 bescheinigte eine EMNID-Umfrage der Kampagne: Über zwei Drittel der Lehrer stellten bei ihren Schülern nach einem InfoMobil-Besuch eine Zunahme des Wissens über die M+E-Berufe fest.

Knapp zehn Jahre später folgte die zweite große Evaluation und Effizienzbewertung durch eine externe Beraterfirma. Ergebnis: 96,6 Prozent der befragten Unternehmen hielten eine Fortführung der Kampagne für sinnvoll. Im Vergleich zu ähnlichen Projekten von Ministerien und Verbänden stellte die InfoMobil-Kampagne schon damals den Benchmark dar.

Die Mobile Berufsinformation wird digital

Bereits zu Beginn der Kampagne überzeugte man mit digitaler Kompetenz. Auf den Trucks kamen nämlich sogenannte Bildplatten zum Einsatz. Noch lange vor der durchgreifenden Digitalisierung im Videobereich konnte man so Bild und Ton von einem Speichermedium abspielen. Damals eine Sensation! Es folgten Disketten, CDs, DVDs und USB-Sticks. Auch mit den Game-Based-Learning-Spielen war man stets auf dem neuesten Stand der Technik.

Unter **meberufe.info** startete die Kampagne 2003 ihren ersten Internetauftritt. Es folgten spezielle Angebote für Lehrer, Schüler, Eltern und Firmen sowie 2015 der Start diverser Social Media-Angebote zur M+E-Berufsinformation.

Von Anfang an mit dabei: die **Ausbildungsdatenbank**. Hier können sich M+E-Unternehmen präsentieren und Schülerinnen und Schüler unkompliziert auf aktuelle und passgenaue Ausbildungs- und Praktikumsangebote in ihrer Region aufmerksam machen. Heute werden dort deutschlandweit rund 7.500 freie Ausbildungsplätze angeboten.

Für die hohe Qualität und die stetige Neuerfindung wurde die Gesamtkampagne mit dem Fox Award in Gold und Silber ausgezeichnet. Hinzu kam der Deutsche Computerspielpreis 2010 in der Kategorie Best Serious Game für „ExperiMINTe“.

Die dritte Generation setzt neue Maßstäbe

2014 präsentierten Gesamtmetall-Präsident Reiner Dulger und Schirmherr Sigmar Gabriel den ersten von zehn doppelstöckigen InfoTrucks in Berlin. Diese Fahrzeuge setzten neue Maßstäbe in der Berufsinformation junger Menschen. „In Hessen haben wir in allen großen Städten den Infotruck der Öffentlichkeit vorgestellt. Inzwischen ist ein kleiner Wettbewerb zwischen Schulen und Mitgliedsunternehmen um die Standorte entbrannt. Das zeigt uns, dass die 30 Jahre alte Idee durch ihre stetige Anpassung an neue Bedürfnisse unverändert modern ist“, so Pollert. „Auf zwei Etagen mit etwa 80 m² Präsentationsfläche machen neueste Multimedia-Anwendungen und anschauliche Experimentierstationen heute den InfoTruck-Besuch zu einem spannenden und nachhaltigen Erlebnis. Jugendliche lernen an M+E-typischen Arbeitsplätzen technische Zusammenhänge kennen.“

Fotos des InfoTrucks finden Sie auf unserer Webseite und unter:

<https://flic.kr/s/aHsmrUNmdn>

Bitte richten Sie Ihre Fragen an:

Dr. Ulrich Kirsch

Geschäftsführer Kommunikation und Presse, Verband der Metall- und Elektro-Unternehmen Hessen e. V.

(HESSENMETALL)

Telefon: 069 95808-150, Mobil: 0172 7120373, E-Mail: ukirsch@hessenmetall.de