

Protokoll zur Lernortkooperation am Montag, den 17.11.2025 an der BS02

Protokoll: Matthias Dreyer

Tagesordnung

1. Begrüßung und Vorstellung
2. Organisatorisches
3. Podiumsgespräch: Herausforderungen bei der Nachwuchsgewinnung im Einzelhandel
4. Vortrag von Holger Jacobsen zum Thema Gen Z
5. Word Café: neue Ideen entwickeln (Austauschrunden und individuelle Auswertung)
6. Verschiedenes
7. Abschluss und Feedback
8. Austausch und Einzelgespräche

Hinweis: sämtliche Präsentationsfolie sowie Fotos der Ergebnisse befinden sich im Anhang

1. Begrüßung und Vorstellung

Begrüßung und Vorstellung der an der LOK-Beteiligten Vertretergruppen durch den stv. Vorsitzenden Herrn Dreyer um 15:00 Uhr.

2. Organisatorisches

Das Protokoll der LOK vom 18.11.2024 wird verabschiedet. Es wird auf die Homepage der BS02 und die Möglichkeit von Downloads verwiesen. U.a. können dort die Protokolle zur LOK heruntergeladen werden.

3. Podiumsgespräch: Herausforderungen bei der Nachwuchsgewinnung im Einzelhandel

Es folgt eine Podiumsdiskussion zum o.g. Thema, an der die folgenden Personen teilnehmen:

- *Herr Ostenberg (Arbeitsagentur)*
- *Frau Ahmadzai (Handelskammer HH)*
- *Frau Nolte (EH Verband Nord)*
- *Frau Schafrański (DM)*
- *Frau Hamester (Budnikowsky)*
- *Herr Lampe (Bauhaus)*
- *Herr Toppel (BS 02)*
- *Herr Einfeldt (Küchen Aktuell)*

Die Podiumsdiskussion sowie die folgenden Tagesordnungspunkte werden durch Frau Kuckella und Herrn Sahlmann vom Landesinstitut moderiert.

4. Vortrag von Holger Jacobsen zum Thema Gen Z

Herr Jacobsen hält einen Vortrag zum oben genannten Thema.

5. Word Café: neue Ideen entwickeln (Austauschrunden und individuelle Auswertung)

Es findet ein Austausch zwischen den TeilnehmerInnen der Lernortkooperation im Format World Café zu folgenden Fragestellungen statt.

- *Was macht aus Ihrer Sicht einen Ausbildungsplatz attraktiv?*
- *Was ist schon erfolgreich? (Mit Blick auf die Gewinnung neuer Azubis im Einzelhandel)*
- *Was könnte man im Einzelhandel neu ausprobieren? (Mit Blick auf die Gewinnung neuer Azubis im Einzelhandel)*

Im Anschluss erfolgt ein Auswertungsrundgang zu der Fragestellung.

- *Welche Ideen nehme ich aus der heutigen Veranstaltung mit?*

6. Verschiedenes

Es gibt keine Meldungen zu diesem Tagesordnungspunkt.

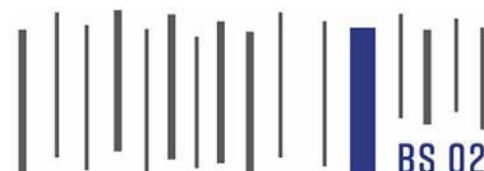
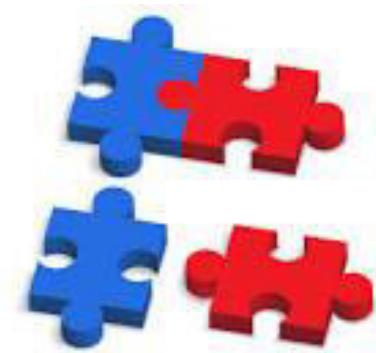
7. Abschluss und Feedback

Die TeilnehmerInnen nehmen an einem Feedback zur diesjährigen themenzentrierten Lernortkooperation teil.

8. Austausch und Einzelgespräche

Es schließen sich an die gemeinsame Sitzung Gespräche zwischen den Betriebs- und Lehrervertretern an. Die Sitzung endet um 18:00 Uhr.

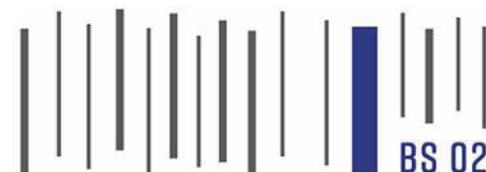
Herzlich willkommen zur Lernortkooperation 2025



BERUFLICHE SCHULE
FÜR WIRTSCHAFT UND HANDEL
HAMBURG-MITTE



Gewinnung von neuen Auszubildenden im Einzelhandel



BERUFLICHE SCHULE
FÜR WIRTSCHAFT UND HANDEL
HAMBURG-MITTE



Begrüßung und Vorstellung



Protokoll zur Lernortkooperation

-

Mo, 18.11.2024 15.00 – 17.00



Ziele

- Das Problem der Gewinnung neuer Azubis ist aus unterschiedlichen Perspektiven umrissen.
- Die verschiedenen Akteure haben Ideen für die Problemlösung geteilt und gemeinsam neue Ideen entwickelt.
- Die Akteure haben sich über die aktuellen Themen ausgetauscht.



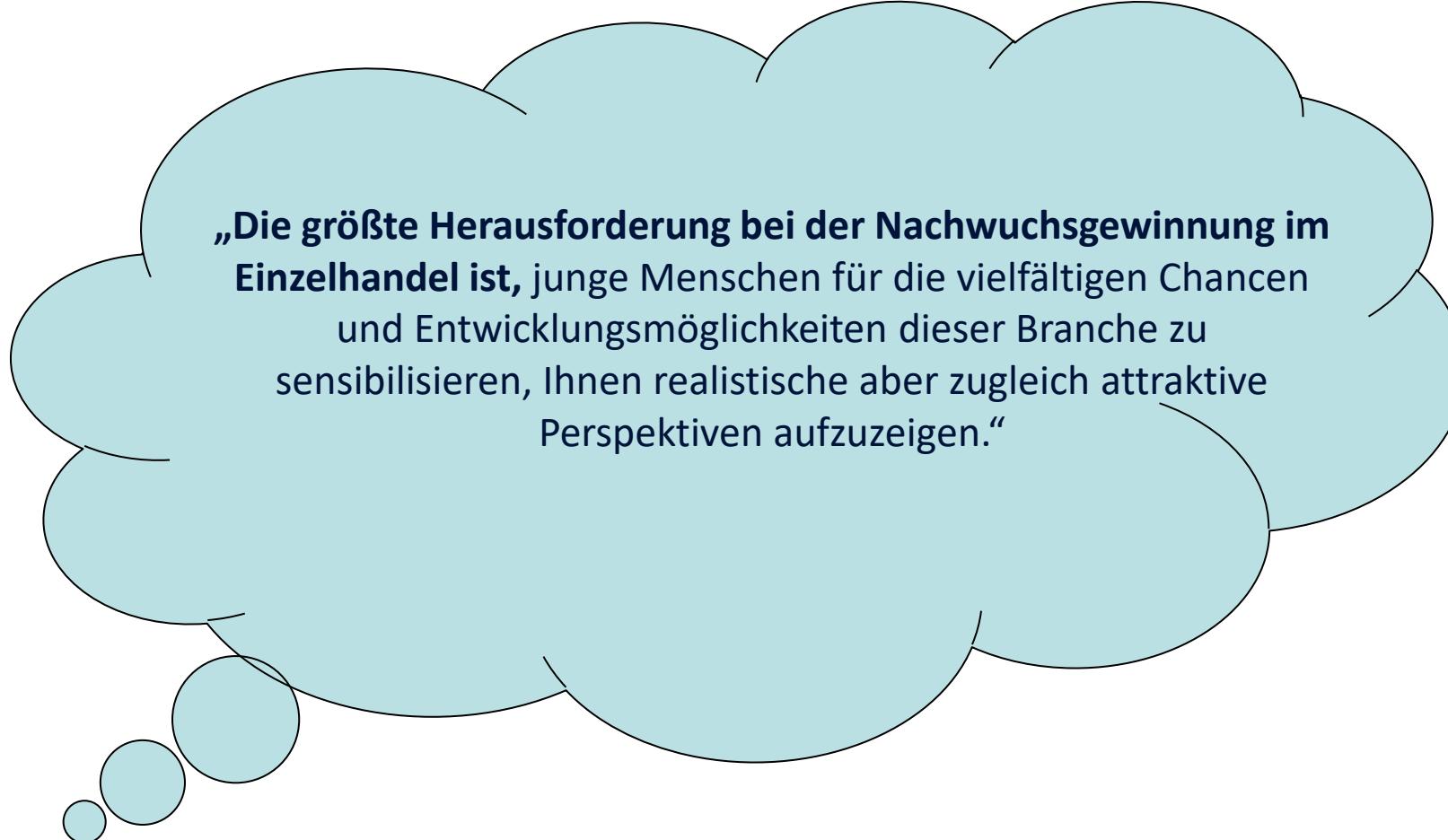
Ablauf

Zeit	Inhalt
15:00 h	Begrüßung und Vorstellung
15:05 h	Podiumsgespräch: Herausforderungen bei der Nachwuchsgewinnung im Einzelhandel
15:45 h	Vortrag von Holger Jacobsen zum Thema Gen Z
16:10 h	Pause
16:25 h	World Café: neue Ideen entwickeln. Austauschrunden und Individuelle Auswertung
17:45 h	Abschluss und Feedback
ca. 18:00 h	Austausch und Einzelgespräche

Podiumsgespräch

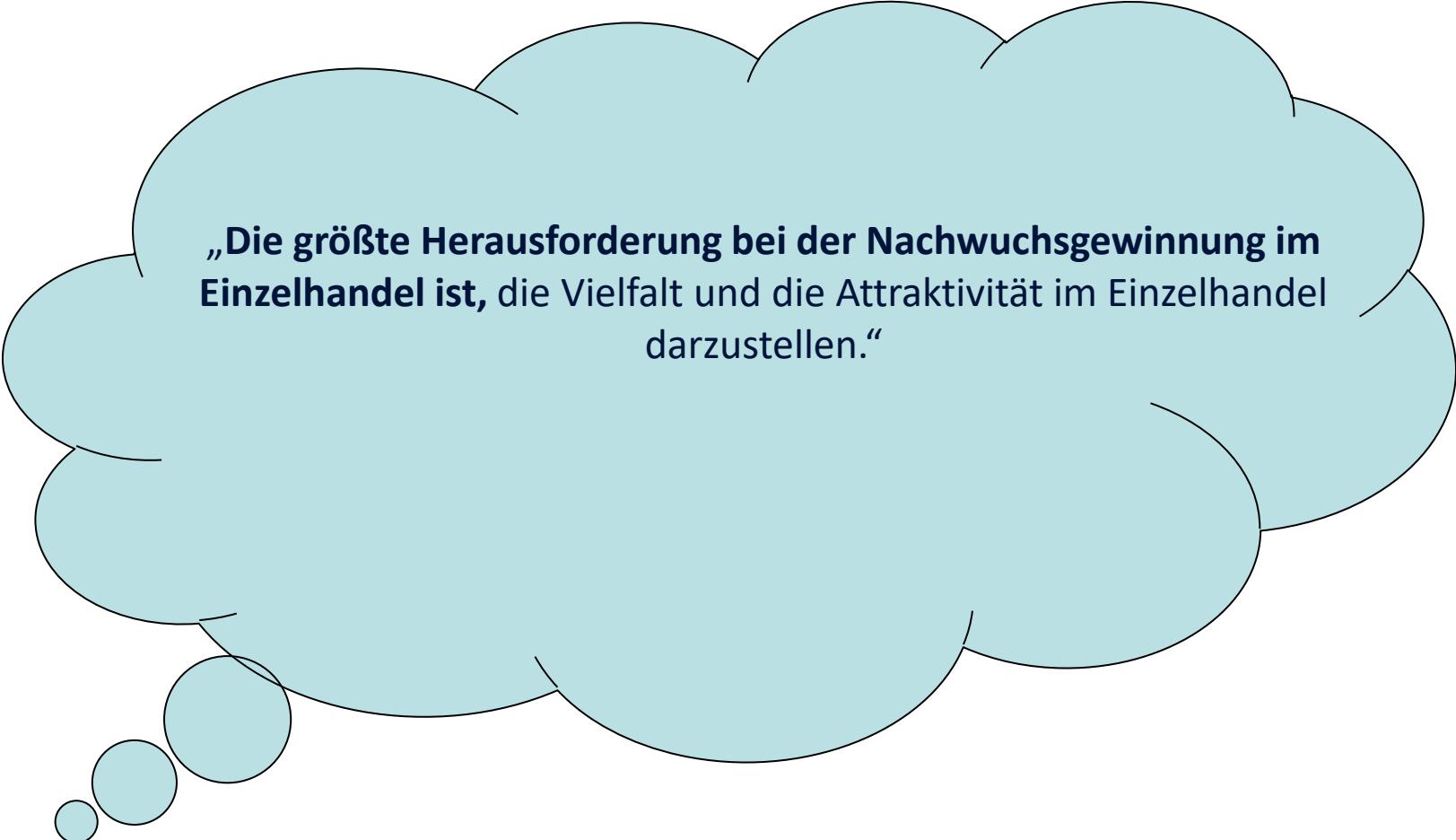


Statement: Herr Ostenberg (Arbeitsagentur)



„Die größte Herausforderung bei der Nachwuchsgewinnung im Einzelhandel ist, junge Menschen für die vielfältigen Chancen und Entwicklungsmöglichkeiten dieser Branche zu sensibilisieren, Ihnen realistische aber zugleich attraktive Perspektiven aufzuzeigen.“

Statement: Frau Ahmadzai (Handelskammer HH)

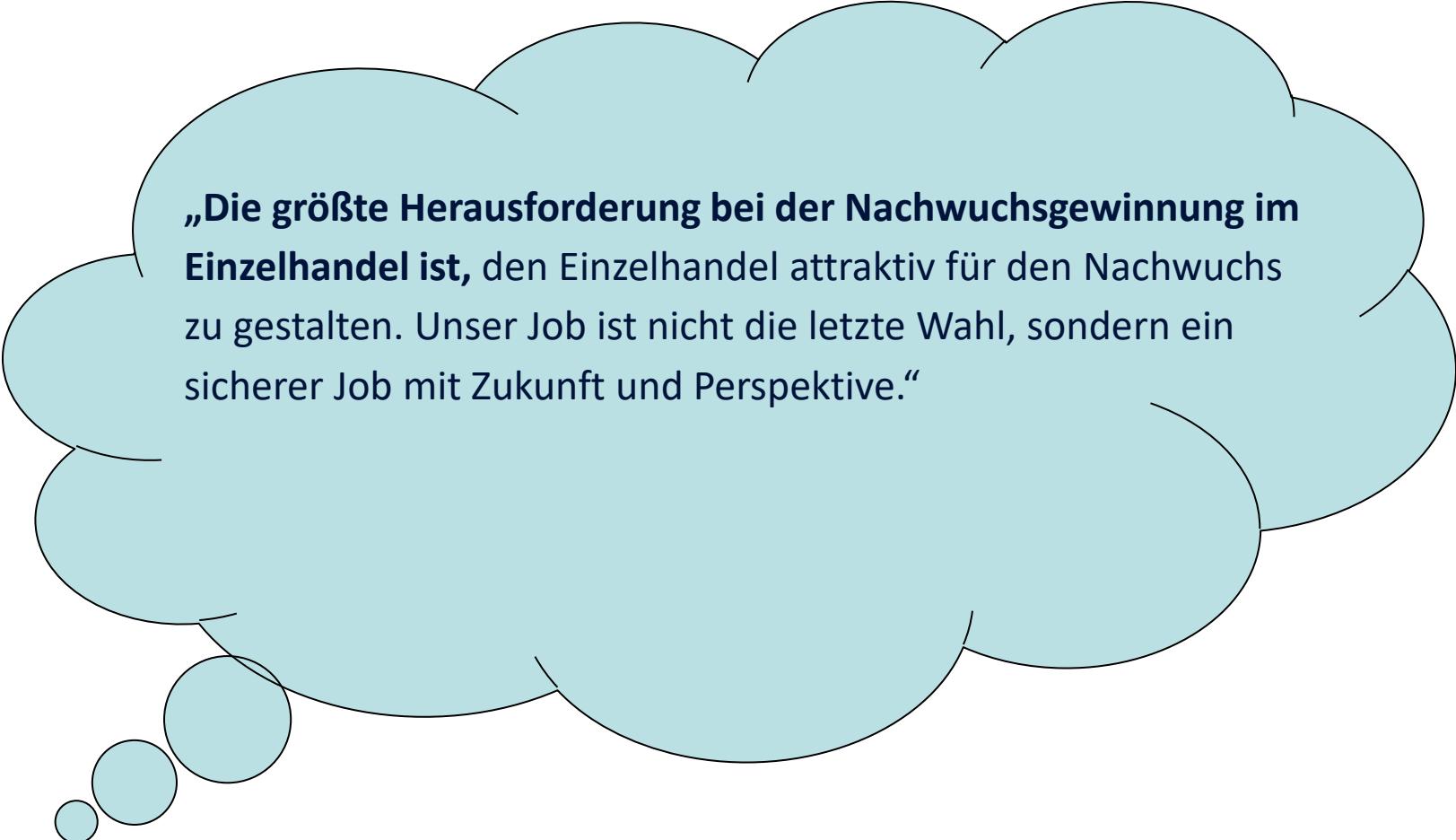


„Die größte Herausforderung bei der Nachwuchsgewinnung im Einzelhandel ist, die Vielfalt und die Attraktivität im Einzelhandel darzustellen.“

Statement: Frau Nolte (EH Verband Nord)

„Die größte Herausforderung bei der Nachwuchsgewinnung im Einzelhandel sehe ich in den (falschen) Vorstellungen der Schulabsolventen, denen nicht bewusst ist, dass die Einzelhandelsbranche nicht nur spannend ist, sondern von hoher gesellschaftlicher Relevanz.“

Statement: Frau Schafranski (DM)

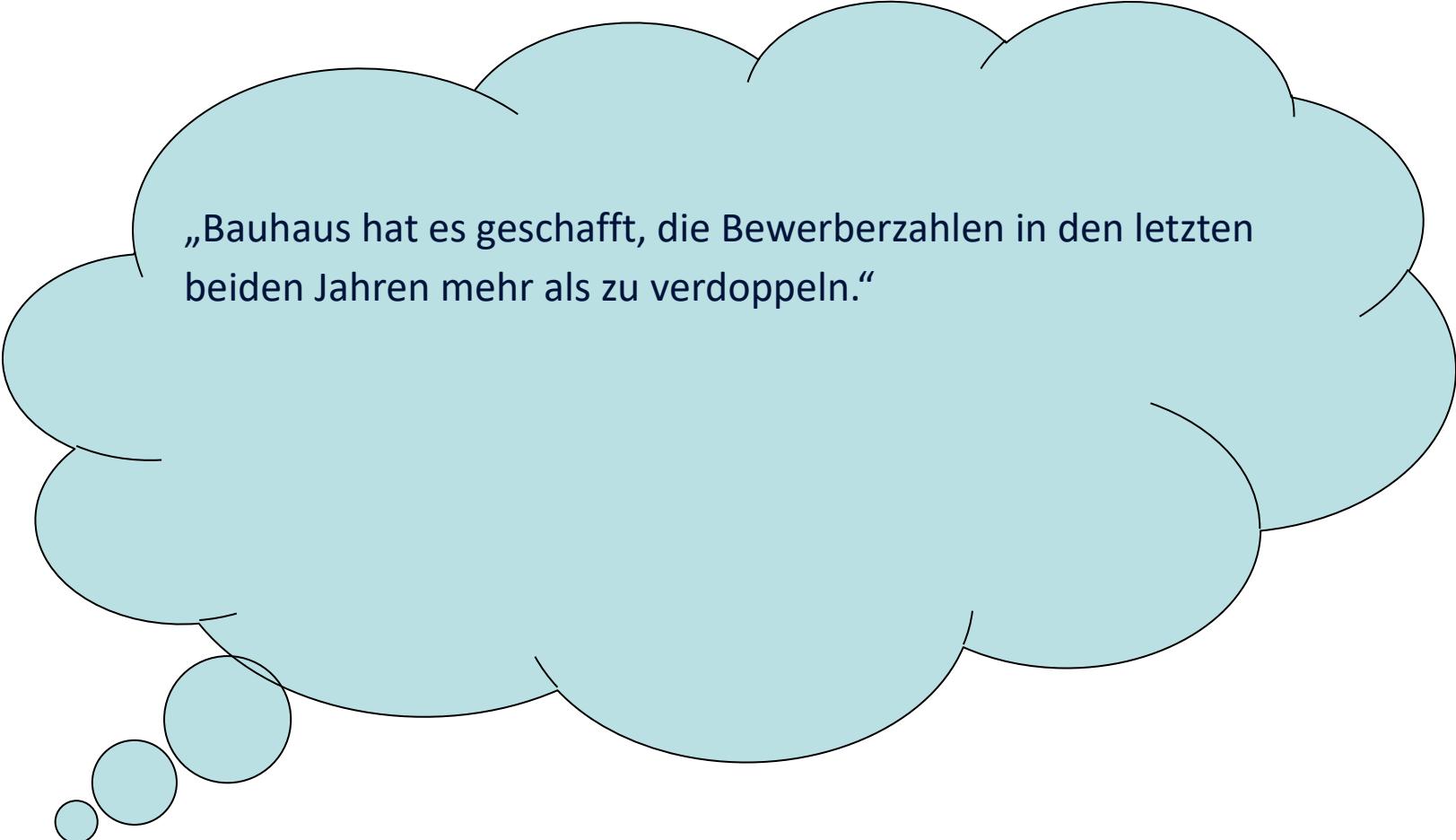


„Die größte Herausforderung bei der Nachwuchsgewinnung im Einzelhandel ist, den Einzelhandel attraktiv für den Nachwuchs zu gestalten. Unser Job ist nicht die letzte Wahl, sondern ein sicherer Job mit Zukunft und Perspektive.“

Statement: Frau Hamester (Budnikowsky)

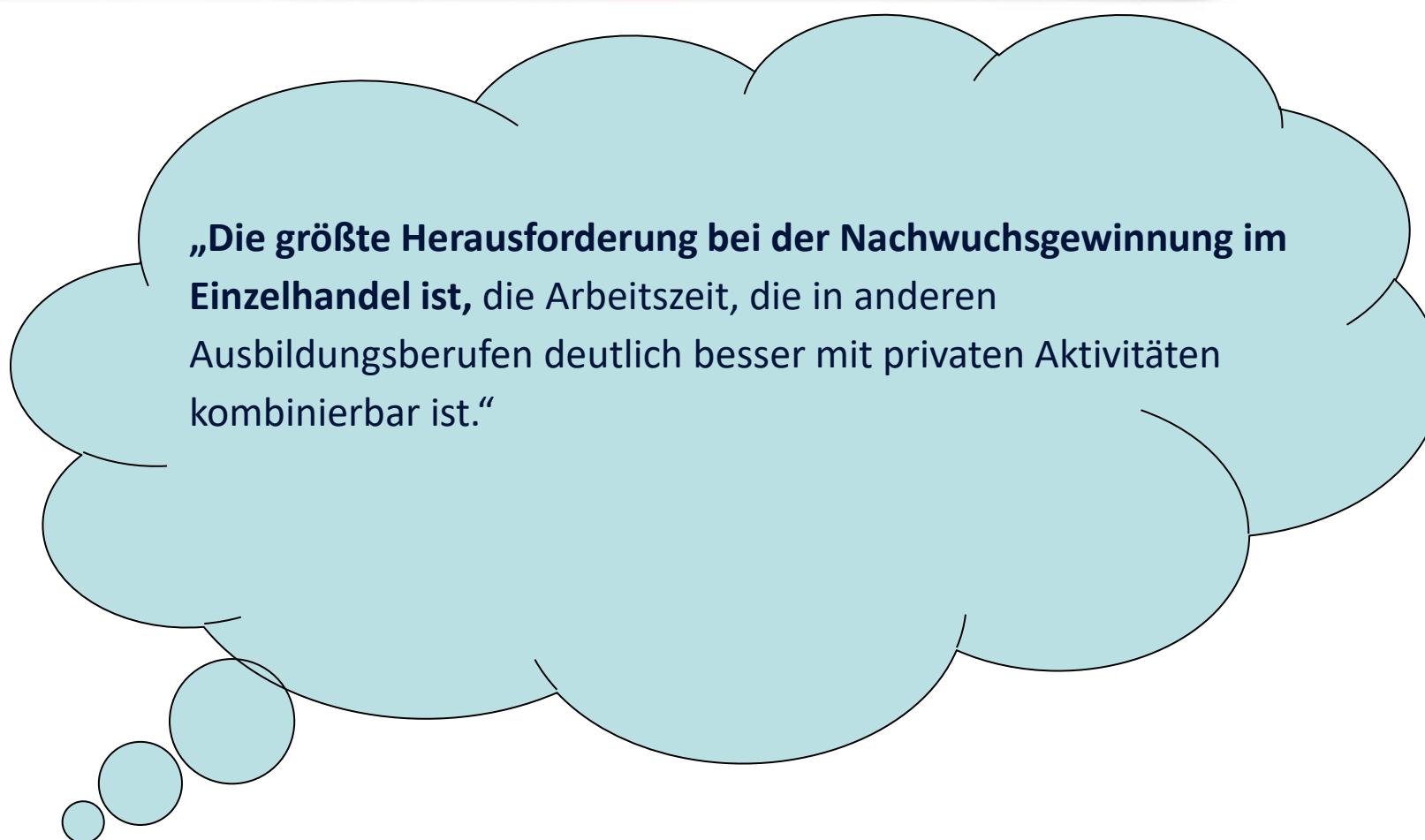
„Die größte Herausforderung bei der Nachwuchsgewinnung im Einzelhandel ist, das nach wie vor bestehende negative Image des Berufsbildes der Verkäufer:innen und Kaufleute. Zentrale Aspekte sind hierbei die als zu gering bewertete Vergütung sowie als wenig attraktiv empfundenen Arbeitszeiten.“

Statement: Herr Lampe (Bauhaus)



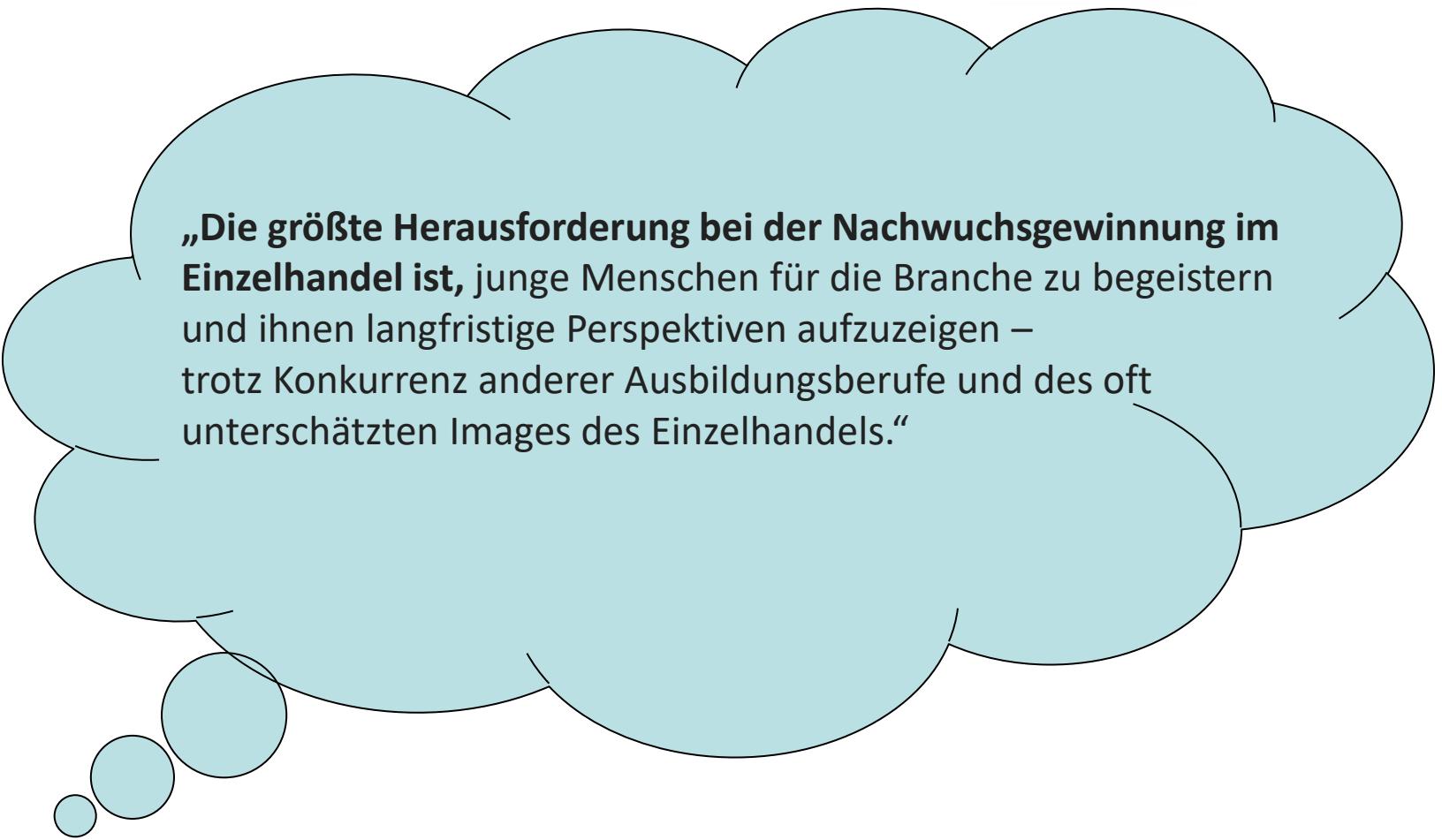
„Bauhaus hat es geschafft, die Bewerberzahlen in den letzten beiden Jahren mehr als zu verdoppeln.“

Statement: Herr Toppel (BS 02)



„Die größte Herausforderung bei der Nachwuchsgewinnung im Einzelhandel ist, die Arbeitszeit, die in anderen Ausbildungsberufen deutlich besser mit privaten Aktivitäten kombinierbar ist.“

Statement: Herr Einfeldt (Küchen Aktuell)



„Die größte Herausforderung bei der Nachwuchsgewinnung im Einzelhandel ist, junge Menschen für die Branche zu begeistern und ihnen langfristige Perspektiven aufzuzeigen – trotz Konkurrenz anderer Ausbildungsberufe und des oft unterschätzten Images des Einzelhandels.“

Statements

Herr Ostenberg (Arbeitsagentur)	„Die größte Herausforderung bei der Nachwuchsgewinnung im Einzelhandel ist, junge Menschen für die vielfältigen Chancen und Entwicklungsmöglichkeiten dieser Branche zu sensibilisieren, Ihnen realistische aber zugleich attraktive Perspektiven aufzuzeigen.“
Frau Ahmadzai (Handelskammer HH)	„Die größte Herausforderung bei der Nachwuchsgewinnung im Einzelhandel ist, die Vielfalt und die Attraktivität im Einzelhandel darzustellen.“
Frau Nolte (EH Verband Nord)	„Die größte Herausforderung bei der Nachwuchsgewinnung im Einzelhandel sehe ich in den (falschen) Vorstellungen der Schulabsolventen, denen nicht bewusst ist, dass die Einzelhandelsbranche nicht nur spannend ist, sondern von hoher gesellschaftlicher Relevanz.“
Frau Schafranski (DM)	„Die größte Herausforderung bei der Nachwuchsgewinnung im Einzelhandel ist, den Einzelhandel attraktiv für den Nachwuchs zu gestalten. Unser Job ist nicht die letzte Wahl, sondern ein sicherer Job mit Zukunft und Perspektive.“
Frau Hamester (Budnikowsky)	„Die größte Herausforderung bei der Nachwuchsgewinnung im Einzelhandel ist, das nach wie vor bestehende negative Image des Berufsbildes der Verkäufer:innen und Kaufleute. Zentrale Aspekte sind hierbei die als zu gering bewertete Vergütung sowie als wenig attraktiv empfundenen Arbeitszeiten.“
Herr Lampe (Bauhaus)	„Bauhaus hat es geschafft, die Bewerberzahlen in den letzten beiden Jahren mehr als zu verdoppeln.“
Herr Toppel (BS02)	„Die größte Herausforderung bei der Nachwuchsgewinnung im Einzelhandel ist, die Arbeitszeit, die in anderen Ausbildungsberufen deutlich besser mit privaten Aktivitäten kombinierbar ist.“
Herr Einfeldt (Küchen Aktuell)	„Die größte Herausforderung bei der Nachwuchsgewinnung im Einzelhandel ist, junge Menschen für die Branche zu begeistern und ihnen langfristige Perspektiven aufzuzeigen – trotz Konkurrenz anderer Ausbildungsberufe und des oft unterschätzten Images des Einzelhandels.“

Vortrag zur Gen Z



World Café



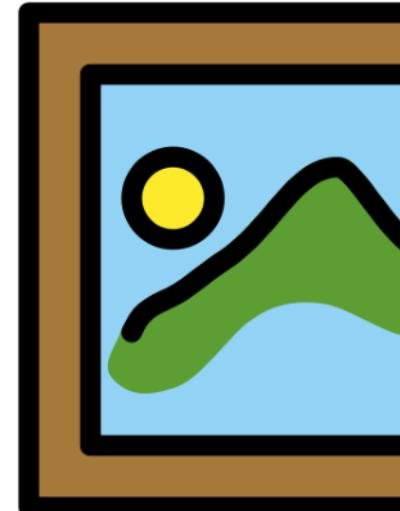
Austausch im Format: World Café



- In einem World Café kommen Sie an Ihrem Tisch strukturiert ins Gespräch.
- Sie haben die Möglichkeit, sich in zwei Austauschrunden zu unterschiedlichen Fragestellungen auszutauschen und Ihre Ideen festzuhalten.
- Im Anschluss haben Sie noch Zeit, die Ergebnisse der anderen Tische zu erkunden.

World Café – Rahmen und Rollen

Leitlinien	„Gastgeber“
<ul style="list-style-type: none">• Zu Beginn einigen Sie sich auf einen „Gastgeber“. Alle anderen sind „Gäste“.• Wichtige Aspekte werden schriftlich festgehalten.• „Gäste“ verteilen sich nach Aufforderung an einen anderen Tisch.	<ul style="list-style-type: none">• Bleibt am selben Tisch.• Begrüßt nach dem Wechsel die „Neuen“.• Ermuntert zu kommunizieren, zu notieren und zu zeichnen.• Sorgt für einen „roten Faden“.





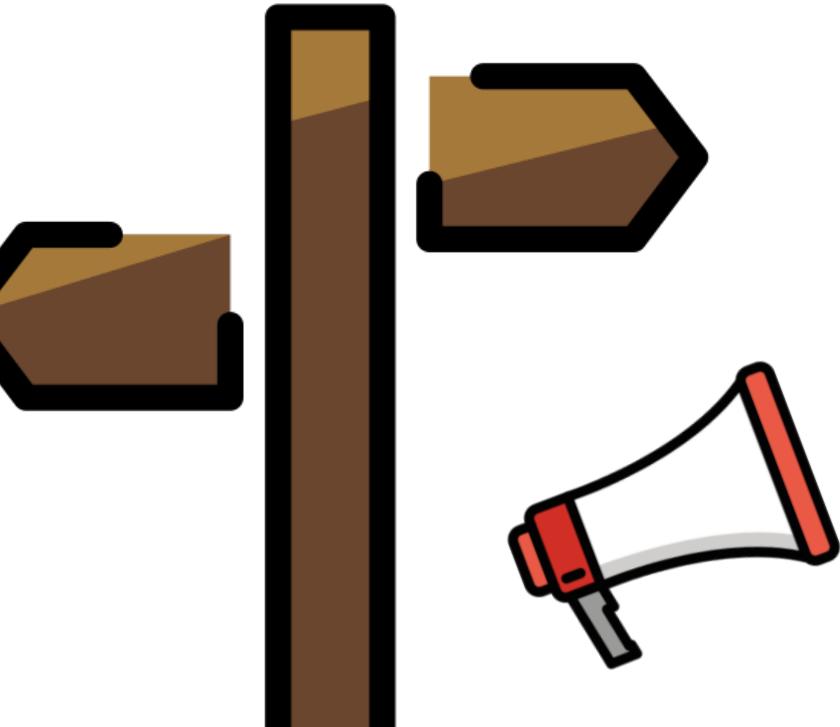
Halten Sie bitte
die wichtigsten
Aspekte auf der
„Tischdecke“ fest.

Stellen Sie sich vor, Sie sind ein
Jugendlicher des 21. Jahrhunderts:

**Was macht aus Ihrer
Sicht einen
Ausbildungsplatz
attraktiv?**



Wechsel des Tisches



- Alle „Gäste“ verteilen sich bitte auf unterschiedliche Tische.
- Alle „Gastgeber“ bleiben bitte an ihren Tischen.

Austauschrunde 2

Mit Blick auf die Gewinnung neuer Azubis im Einzelhandel:

- Was ist schon erfolgreich?
- Was könnte man im Einzelhandel neu ausprobieren?



Halten Sie bitte die wichtigsten Aspekte auf Moderationskarten fest.

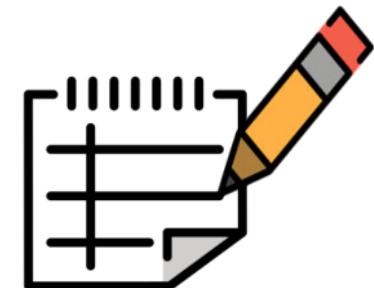
Auswertungsroundgang

Besuchen Sie die anderen Tische und betrachten Sie deren Ergebnisse.



Welche Ideen nehme ich aus der heutigen Veranstaltung mit?

Halten Sie bitte die wichtigsten Erkenntnisse auf Ihrem „Spickzettel“ fest.



Verschiedenes



Feedback zur Lernortkooperation 2025



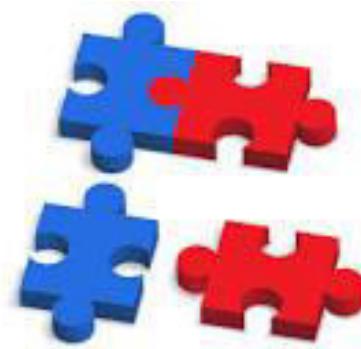
QR-Code scannen, um zur Umfrage zu gelangen



Austausch mit den LehrerInnen



Danke für die
(Lernort-) Kooperation!
Gute Heimfahrt!



Jung. Laut. Anders.

Gen Z in der Arbeitswelt

November 2025



Was beschäftigt und prägt die Generation Z?



2001-10

Die Kindheit im „Nachbeben“

01: 11/09 & Krieg gegen Terror

04: Tsunami im Indischen Ozean

07: iPhone Einführung

08: Weltfinanzkrise

2011-19

Ära des sozialen & politischen Erwachens

11: Nuklearkatastrophe von Fukushima

15: Geflüchteten-Krise

16: Brexit & Wahl von D.Trump

17: #MeToo-Bewegung & Geschlechterdynamik

18: Fridays for Future (Klimastreiks)

2020-heute

Die Ära der „Polykrise“

20: COVID-19 Pandemie

20: George Floyd & BLM-Proteste

21: Sturm auf das US-Kapitol

22: Invasion der Ukraine

23: KI-Boom

23: Israel-Gaza-Konflikt

23: Krise der Lebenshaltungskosten



3

25

1

Holger Jacobsen
Industry Leader
Google

“

„Die Gen Z ist nicht nur „anders“ - sie erzwingt eine grundlegende Neuausrichtung der Erwartungen am Arbeitsplatz, angetrieben durch **globale Instabilität** und **ständige digitale Vernetzung**.“

Wer ist die Gen Z?

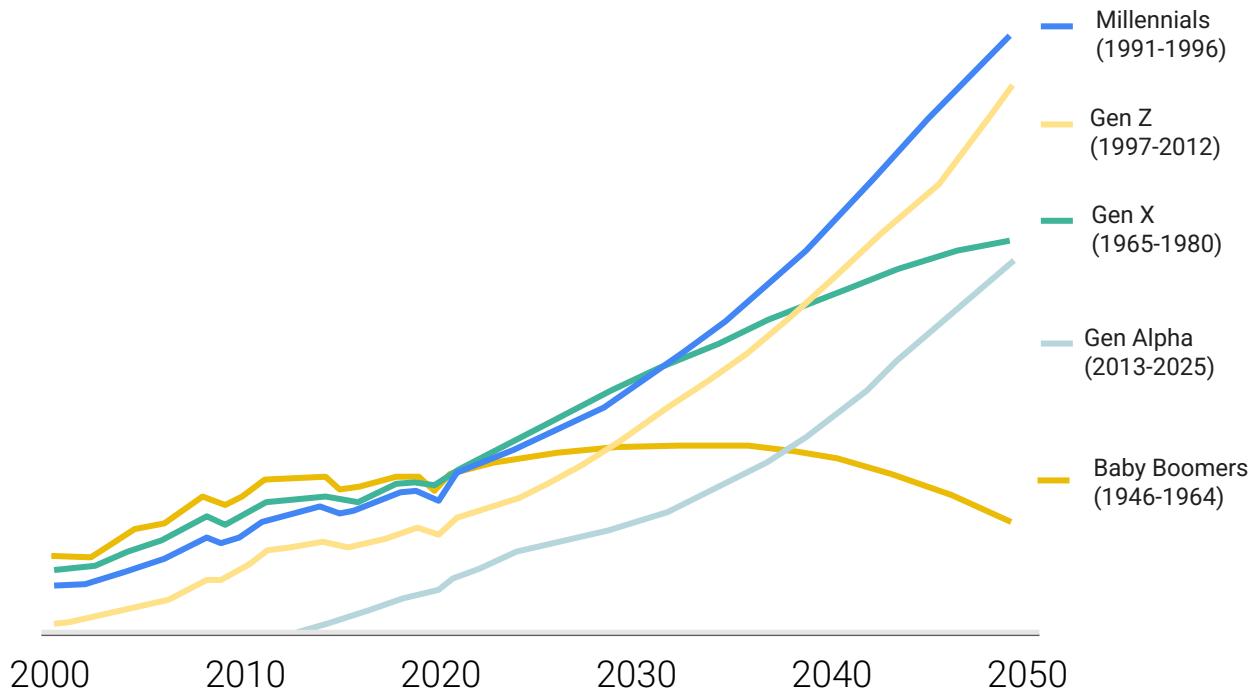
Die „Generation Z“ umfasst Personen, die zwischen 1996 und 2010 geboren wurden.

Die Identität dieser Generation wurde durch das digitale Zeitalter, die Klimakrise, Finanzkrisen, Kriege und COVID-19 geprägt.



Die Gen Z wird das Wirtschaftswachstum von morgen bestimmen.

Weltweite Ausgaben der Bevölkerung nach Generationen.



Bis 2034
wird die
Gen Z
Weltweit
fast 8B Euro
zusätzlich
ausgeben.

Die Gen Z wird schnell zur dominierenden Arbeitskraft, ist aber von tiefer finanzieller Instabilität geprägt.

1 von 3

ArbeitnehmerInnen wird global bis 2030 von der Gen Z sein

Ich fühle mich finanziell nicht sicher.

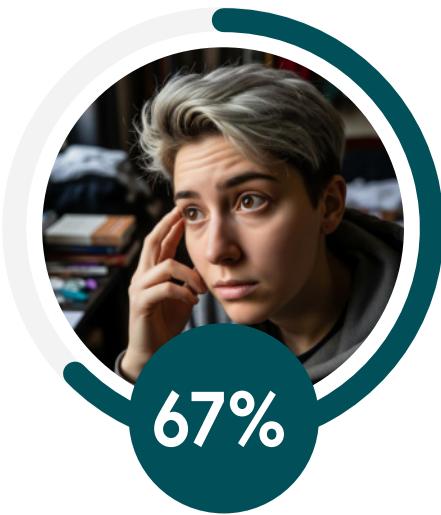
2025 Gen Zs

48%

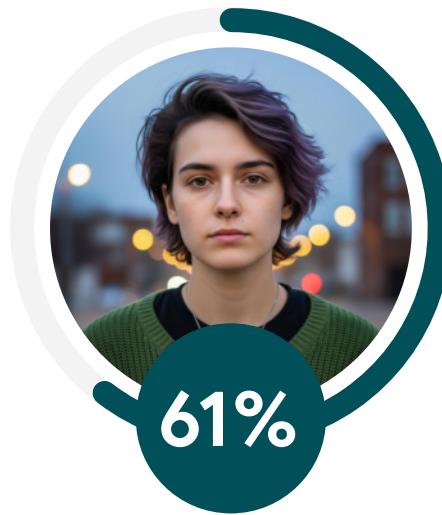
2024 Gen Zs

30%

Die Ereignisse der Welt belasten die Gen Z.



Der Gen Z fällt es schwer, sich angesichts der kritischen Probleme der Welt zu entscheiden, worauf sie sich konzentrieren soll.



Der Gen Z fühlen sich machtlos, wenn es darum geht, die Probleme der Welt zu lösen.

Die Gen Z sieht Arbeit als einen **Bestandteil des Lebens**, nicht als den Kernfokus.



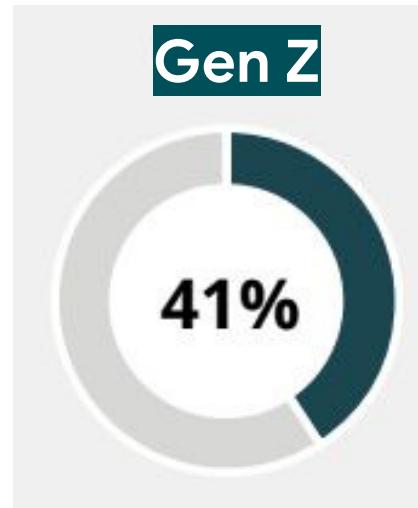
Nur,

6%

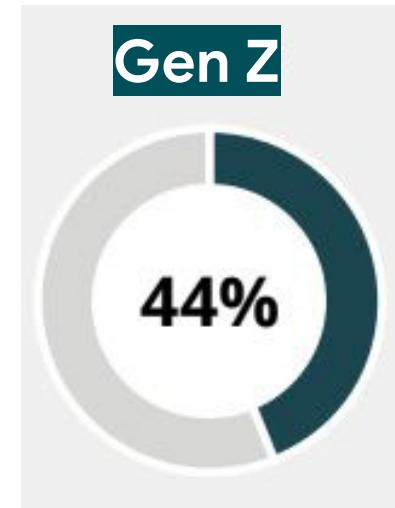
der Gen Z geben an, dass ihr primäres Karriereziel darin besteht, eine Führungsposition zu erreichen, wobei sie stattdessen die Work-Life-Balance priorisieren.

Die Gen Z fordert
**ethische
Übereinstimmung.**
Die Werte eines
Arbeitgebers
müssen mit ihren
**eigenen
persönlichen
Prinzipien**
übereinstimmen,
andernfalls werden
sie gehen.

Wie sich Sinnfindung auf Karriereentscheidungen auswirkt



Ich habe bereits einen
Arbeitgeber aufgrund
persönlicher Ethik
abgelehnt.

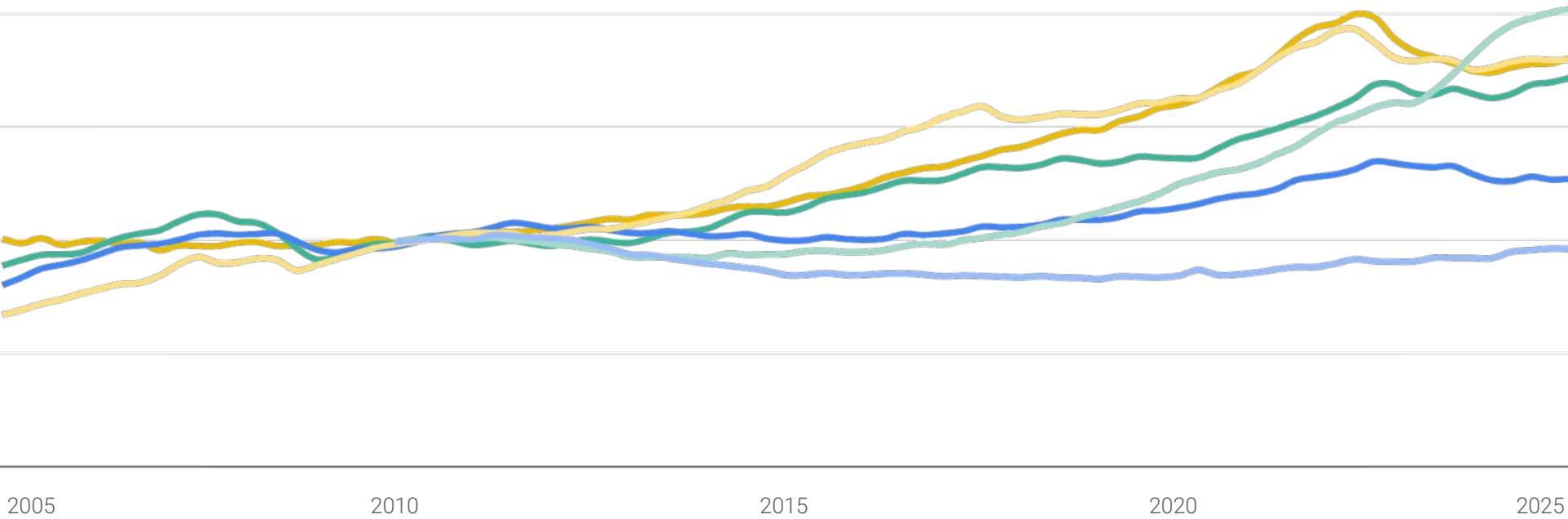


Ich habe schon einmal
eine Stelle aufgrund
fehlender Werte
gekündigt.

Traditionellen Meilensteinen, wie Wohneigentum, fühlt sich für die Gen Z unerreichbar an.

Hauspreisindex (2010 = 100) – vierteljährliche Daten

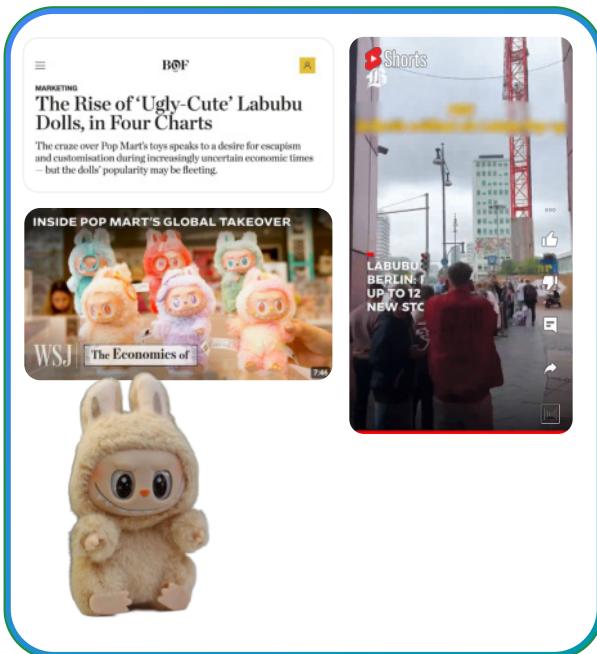
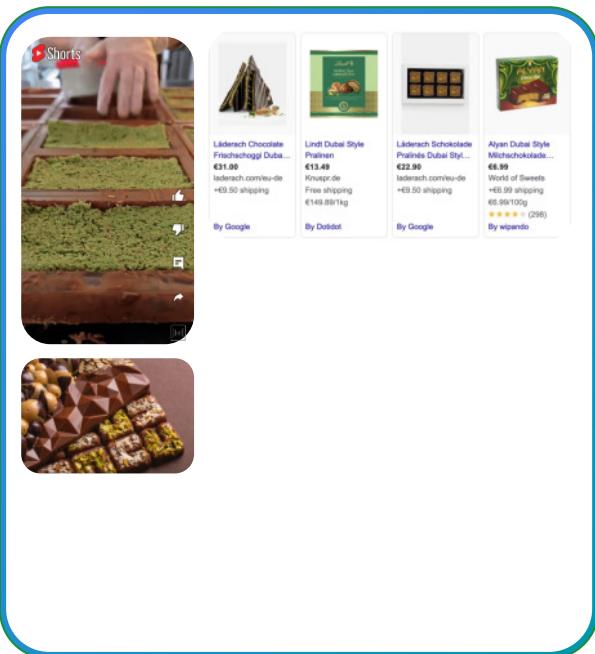
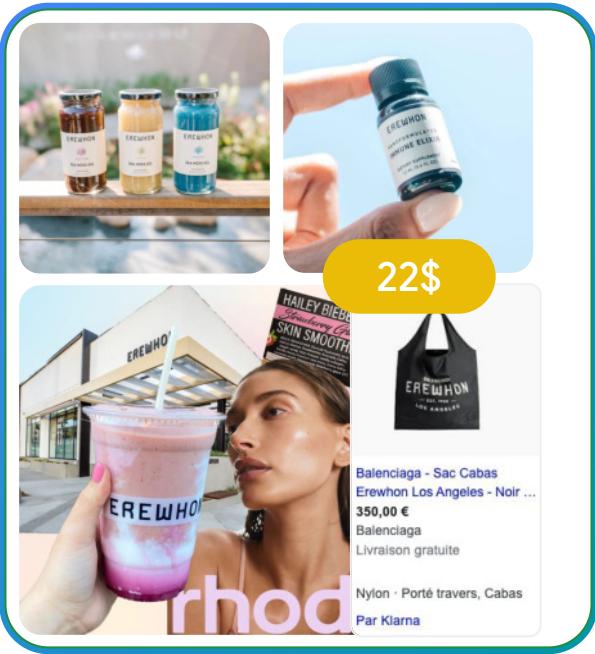
Germany United Kingdom France Sweden Poland Italy



Quelle: Eurostat, House price index (2010 = 100) - annual data for EU countries, HM Land Registry Public Data for the UK

Google

... daher wenden sie sich **weniger traditionellen Wegen** zu, um ihren Erfolg zu signalisieren.



Die Remote-Native-Denkweise: Flexibilität als Standard



75% 60%

wollen flexible
Arbeitsmodelle (Remote,
Hybrid)

der Gen Z und Millennial Mitarbeitenden
fühlen sich gezwungen, traditionelle
Arbeitszeiten einzuhalten

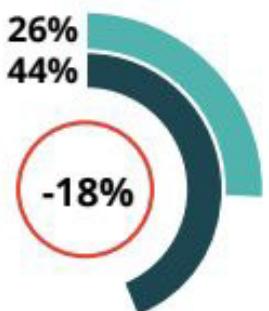
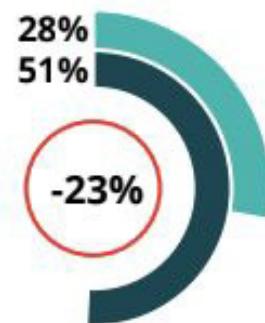
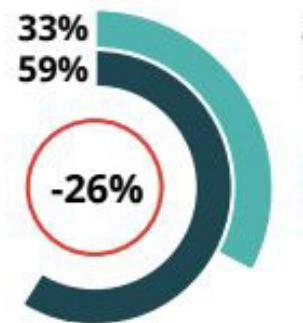
Diese unabhängige Generation fordert klare Leitplanken und Struktur. Sie brauchen Manager als Mentoren.

Gen Z Erwartungen vs. Realität

Anleitung und
Unterstützung bieten

Inspirieren und
motivieren

Grenzen
setzen



Erwartung Realität

Vom Boss zum Mentor & Coach mit klaren Werten

Manager



Mentor & Coach

Was

+

Warum

Werte
Werte
Werte

Wie geht Google damit um?

Offene Kommunikation & psychische Sicherheit

- TGIF & Dory
- Transparente Ziele
- Mikroküchen

Zusammenarbeit & Teamarbeit

- Googlegeist, Manager Survey
- ERGs, Culture Club
- G2G coaching

Vielfalt & Inklusion

- Ziele für alle
- Bias Trainings
- What & How

Anerkennen und feiern

- Feedback
- Kudos
- Peer Bonus

Wachstum & Entwicklung

- 10% Learning
- Voyager & 20%
- Hallpass

Let's get
uncomfortably
excited

**Das
crazy**

2025

Aura

2024

Goofy

2023

Cringe

2021

**Ehrenfrau/
-mann**

2018

Smash

2022

Lost

2020

I bims

2017

Fly sein

2016

**Läuft
bei dir**

2014

YOLO

2012

Smombie

2015

Babo

2013

**Niveau-
limbo**

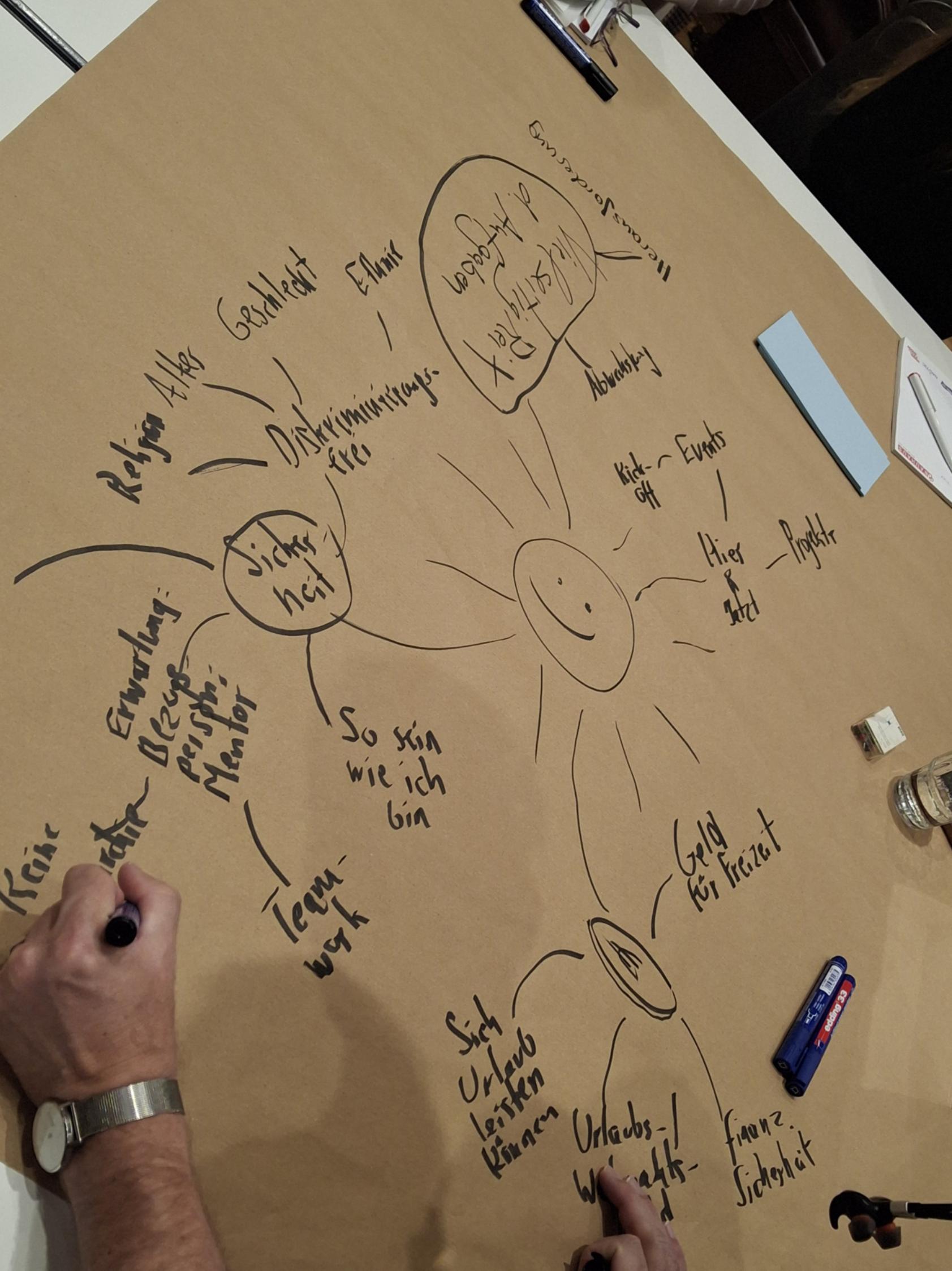
2010

Jung. Laut. Anders. Gen Z ist die Zukunft.

Fragen? Lasst uns sprechen.

Holger Jacobsen | Industry Leader, Google

BS02 Hamburg | November 2025



Gute
Aufstiegsmöglichkeiten



Lernortkooperation am
17.11.2025

Gute
Perspektiven /
Transparenz

Körperliche /
Mentale Gesund-
heit

Hybride
Arbeitsmöglichkeiten

Gutes
Gehalt bzw.
Verdienst-
möglichkeiten /
Faire
Vergütung

ich muss mich
mit dem Betrieb
identifizieren können

Ausbilder als
Coaching

Spickzettel LOK 17.11.2025

Bitte überlegen Sie sich in den Kästen / die Schaltflächen:

- Was ich in meinem Betrieb / meiner Schule möge:
- Was ich in meinem Betrieb / meiner Schule möge:
- Was ich in meinem Betrieb / meiner Schule möge:

Mein persönliches Highlight für heute ist:

Chancenorientierung
Fehlerkultur
positive
Ausbildungspotenzial
muss mir
sparsam
machen

Der Ausbildungsort
muss mir
sparsam
machen

Wichtigste
Merkmale
Tätigkeiten

Wertes
Sitzung
Geltung
des Betriebs

Arbeitszeiten, die zum Leben passen.

Work-life-balance

"Goodies" außerhalb der eng geführten Tätigkeit Selbst.

Respekt / Wertschätzung der Individualität

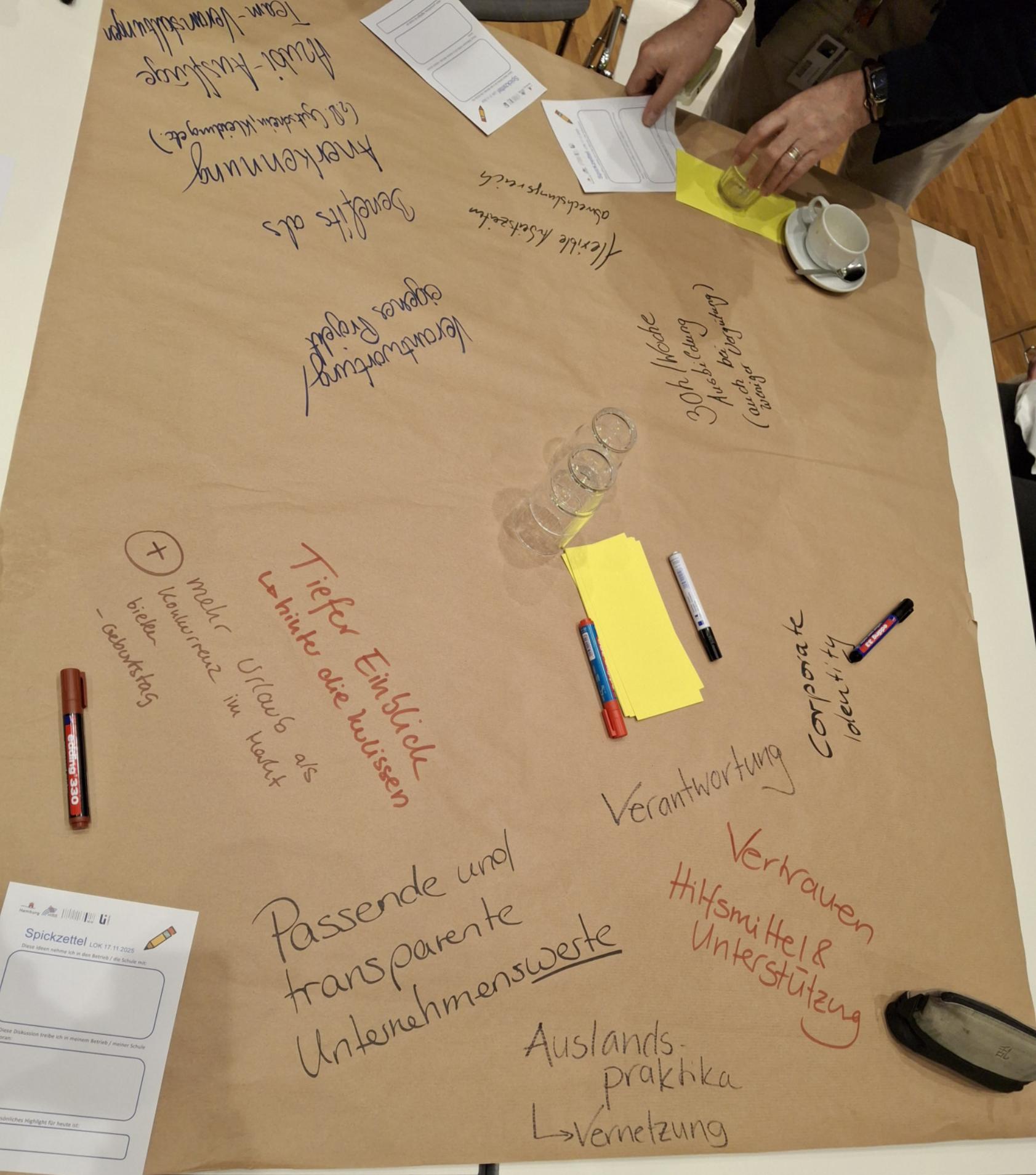
hinterlegendes
Realeinkommen
(auch für das Leben in der Großstadt)

Perpektive
nach der Ausbildung
(nicht oft 2 Wochen vor Ende)

Halbungen

Werte, die auch gelebt werden
(auch von dem direkten Vorgesetzten)

enge emotionale Verbindung zum Unternehmen.



Das
Warum?
(Sinnhafte
Aufgaben)

Kodus

Hilfestellungen
bekommen

"Ich möchte
gesehen
werden."

Identifikation
mit dem
Betreiber
(Image)

Spickzettel LOK 17.11.2025

Diese Ideen nehmen ich in den Betrieb / die Schule mit:

Diese Diskussion treffe ich in meinem Betrieb / meiner Schule mit:

Mein persönliches Highlight für heute ist:

"Ich wünsche
Zeitl. #xitilität"

"Ich brauche
Rollen / Rollen
zur
Person"

gutes Betriebs-
klima

Nettes
Team

"Ich möchte
wieder
arbeiten."

Ausbildung
beruflicher
Fähigkeiten

"Ich möchte auch
meinen
GesL-Jfz-Baldwuc
gute Bezeichnung
haben"

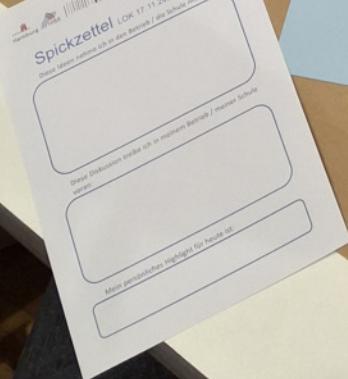
berufliche
ausbildung

Lernkooperation am
17.11.2025



A handwritten mind map on brown paper, centered around the concept of "Mitarbeiterarbeitszeit". The main branches include:

- Mitarbeiterarbeitszeit** (with a checkmark)
- Abwechslung**
- "Ich bin Ok"**
- Stiftung**
- Individuelle Unterstützung**
 - Förderung**
 - Forderung**
- Fahrt weg**
- Rahmenbedingungen**
 - Übernahmechancen**
 - Zeitsperre**
 - Zeitliche Gestaltung**
 - Zeitliche Gestaltung**
 - "Azubi-Paare"**
 - Gelebte Zeit**
 - Gelebte Zeit**
- Arbeitszeiten**
 - Zeit kann meine Sicht**
 - Erwartungsklärung**



selbstkontrolle

-Zukunfts-perspektiven

gute Erreichbarkeit

guter Ruf

Authentizität
Resonanz

Wiederholung
Authentizität

Authentizität
Resonanz

Flexibilität
Resonanz

Werk-Umfeld-Produkt



erfolgreich

Azubiprojekte

Unterstützung im
pers. Bereich

Azubis in die
Schulen/Social Media

"Rein in die Konfizenz"
mit dem Ausbildung
→ dm (Azubis zeigt Konfizenz
den Ausbildung)

Azubis = echte
„add-on“

fairer Umgang
mit Azubis

Geld, Geld,
Geld → Geschäft ?

im ETB
ausprobieren

Kontakt zur
STS in der Nach-
barschaft

Probearbeiten

Auslands-
Praktika

Super attraktive
Erstpraktika

geringe Hürden
der Bewerbung

soziale Beziehung
vor
Arbeitsbeziehung

4-Tage-Woche

100€ für jede
1 im Zeugnis

Supermarkt-
einzelhändler als
Goode pro Monat

Achtung: 1 schlechtes
Praktikum verunreinigt
die gesamte Branche.

Kein

Sonst wird d

Tipp

Flex.

bei Gehalt & Urlaub

Wechsel in DL
(welt weit)

Erasmus –
Auslandspraktika

Mentor Zeit
für Azubis

Abwechslungs-
reich

TOP

Sportangebote

Urlaub
(Reise)

(kleine)
Verantwortungs-
periode

Praktika

Trainingscamps

Zusammenarbeit
mit der
JBA

"Klamotten -
Gutschein" (300€)

eigenständige
Arbeitsverteilung

Auslands-
praktika

Übertragung
von Verantwortung
R. Hen Wechsel

Glücksfall

benefits

4 Tage Woche
(bei vollem Lohnangleich)
für 3 Monate

Teamgefühle

Mentoring &
Coaching

Transparenz +
Wertschätzung



Basis

qualitative Ausbildung
(→ spricht sich rum)

Teilnahme an Zeitplanung

Teilnahme an Unternehmensentwicklung

Teilzeit-Ausbildung

gutes Betriebsklima
(→ spricht sich rum)

flache Hierarchie (Augenhöhe)

Tue Gutes...

passendes "Angebot" bieten

Perspektiven im Unternehmen

Vermarklung

...und red' drüber!

Ausprobieren
(spannend gestalten)

Challenges

Praktika, die einem Konzept folgen (Challenges, Aufgaben/Aufzähle)

Azubis werben
Azubis

- auf Messen
- auf Social Media
- Aktionen planen

schon erfolgreich

NEU

Praktika
(flexible Länge)

Karriere
Seiten

Interne
Werbemittel

Benefits
→ monetär
→ persönlichkeitsentwickelnd
→ sozial
→ zeit

"Buddysystem"
bei Praktikanten

mehr Präsenz
an Schulen

Probearbeiten

Social
Media

Azubistämm-
tisch

Schou
erfolgreich

New ❤

Praktika

Messen

Tag der off. Tür
in Schulen

Mitgestaltung
des Teamplans
+ Urlaubszeiten

Zeitige Bindung an
den Betrieb
(Grillparty)

Benefits
(Wahlmöglichkeiten)

Cl-vermitteln
Unternehmenswerte
vermitteln und vorleben

WG-Wohn-
ungen

flexible(r) x2
anbieten
(Flexibilität?)

soziale Hilfestellung
"Begleitung"
während der Ausbildung

Vertrauens-
person / Pate

Übergangs-
Programm (x2)
Schule → Betrieb

KLAPPT

FIRMEN-
WOHNUNG

JOB RAO

WELLPASS

auswahltag
⇒ Praxis tag
⇒ Arbeitsavtag
kennenlernen

Azubi zulage

CORPORATE
BENEFITS

Werte basiertes
Unternehmen

ARBEITSKLIMA,
FEIERN

FLEXIBLE
ARBEITSZEITEN
+ HOME OFFICE

PSYCHISCHE
ERSTHILFER

AZUBI-
PATENSCHAFTEN

PMA
Service
(Familienservice)

NEUES

GvM =
"JUNGENWIRT-
SCHAFT"?

MESSE
⇒ Aufgaben wie von
auswahltag

Aktiv jüngeliche
ansprechen
⇒ Schulklassen einladen

HAMBURGER
FERIENPROGRAMM

TESTIMONIAL
ÜBER SOCIAL
MEDIA

Mädchen-
wirtschaft

Tag der offenen
Türe