

KULMBACH

19.10.2018

#SCHONDIGITAL?

Kulmbacher Ausbildungspreis: Nachwuchs ist digital auf Zack

Die Auszubildenden der Firma Raps und von Riegg & Partner sind die Gewinner des 15. Kulmbacher Ausbildungspreises



Teilnehmer, Nominierte und Gewinner erhalten am Ende der Verleihung eine Urkunde. Die Werbeagentur Riegg & Partner (zweite von rechts) und das Gewürzwerk Raps (rechts) sind die Gewinner. Foto: Stefanie Gleixner

Unter dem diesjährigen Motto " #SCHONDIGITAL?" kamen vier Ausbildungsteams in die engere Auswahl der Jury. Doch nur zwei konnten den Ausbildungspreis 2018 gewinnen. Die Azubis der Firma **Raps** aus **Kulmbach** und der Werbeagentur Riegg & Partner aus Neudrossenfeld machten dieses Jahr das Rennen.

Die Freude der Gewinner war groß, aber auch die beiden anderen nominierten Ausbildungsteams von der VR-Bank Oberfranken Mitte und Wiegel Gebäudetechnik, beide aus Kulmbach, lieferten starke Beiträge ab.

Die Jury, zu der auch Redaktionsleiter **Alexander Müller** von der Bayerischen Rundschau gehört, habe eine schwere Wahl gehabt. In seiner Rede betonte er, dass der Ausbildungspreis in der regionalen Wirtschaft eine wichtige Rolle spiele. Die Kreativität und das Durchhaltevermögen der Auszubildenden zeigten sich deutlich in den Beiträgen, die sie geliefert hätten.

Seit 2004 vergibt die Bayerische Rundschau gemeinsam mit dem Arbeitskreis Schule-Wirtschaft alljährlich den Ausbildungspreis. So dass man dieses Jahr bereits zum 15. Mal die Ehrung vornahm.

Die beiden Gewinnerteams erhalten jeweils 750 Euro.

Am Freitagabend fand die Verleihung in der Aula der Berufsschule mit zahlreichen Gästen - darunter Landrat Klaus Peter Söllner, der zukünftige Landtagsabgeordnete Rainer Ludwig und Ehrenbürger Hans-Albert Ruckdeschel - statt.

Den Festvortrag hielt der Vizepräsident für Marketing und Kommunikation der **Hochschule Anhalt**, Professor Daniel Michelis. In seiner Rede sprach er von den digitalen Herausforderungen, die sich für Unternehmen stellen - anhand von fünf zentralen Trends. An die Auszubildenden gewandt sagte er: "Die Auszubildenden sind mit der Digitalisierung aufgewachsen und haben die besten Chancen. Aber sie brauchen auch die Unterstützung von ihren Unternehmen, um die Digitalisierung zu meistern."

Am Ende der Preisverleihung erhielten alle, sowohl Gewinner als auch Nominierte und Teilnehmer eine Urkunde überreicht.

Raps Azubis: Digital auf der Erfolgsspur

Die Arbeitswelt von morgen ist digital. Alle Branchen müssen sich dem Wandel stellen. Das Thema betrifft vor allem den Nachwuchs: Die Azubis von heute sind die Mitarbeiter und Entscheider von morgen. "#SCHONDIGITAL?" lautete deshalb das Thema des Wettbewerbs um den Ausbildungspreis 2018. Der Arbeitskreis Schule-Wirtschaft und die Bayerische Rundschau haben heuer zum 15. Mal den Azubi-Wettstreit um das beste Projekt organisiert.

Das perfekte Thema

"Wir haben das Thema gesehen und sofort gewusst: Das ist was für uns", erzählt Sophie Lapczynya, die bei der Firma Raps eine Ausbildung zur Industriekaufrau macht. Der Hashtag passte perfekt zu unserem aktuellen Projekt mit der **Google** Zukunftswerkstatt."

Mit einer umfangreichen Broschüre und einem Video haben die Raps-Azubis die Ausbildungspreis-Jury überzeugt und präsentierten sich am Freitagabend bei der Preisverleihung als strahlende Gewinner. Neben der Ehre gab es einen Geldpreis von 750 Euro, über dessen Verwendung sie selbst bestimmen dürfen.



Die Google Zukunftswerkstatt ist eine Online-Lernplattform des Internet-Unternehmens, mit dem junge Leute fit für den Erfolg im World Wide Web werden sollen. Die Firma Raps hat das Konzept überzeugt, und so haben die Kulmbacher als erstes Unternehmen in Deutschland die theoretischen Lerninhalte der Zukunftswerkstatt in die Praxis umgesetzt - in Kooperation mit dem Beruflichen Schulzentrum Kulmbach.

Konkrete Konzepte für die Praxis

"Unsere Aktion ist ein Pilotprojekt für die Umsetzung der Zukunftswerkstatt im Unternehmen. Normalerweise richtet sich das Angebot eher an Studenten", sagt Raps-Personalleiterin Petra Seidler, die sich mit den Azubis über deren Erfolg freut macht. Gemeinsam mit einem Trainer der Google Zukunftswerkstatt wählten Berufsschule, Personalabteilung und Auszubildenden die relevanten Lerninhalte aus: Chancen in der Online-Welt, Aufbau einer eigenen Webpräsenz, Web-Analysen, soziale Medien, digitale Geschäftsstrategie und Erkenntnisgewinn aus gesammelten Daten gehörten dazu.

Stück für Stück wurde alles abgearbeitet und zum Abschluss stellten die Azubis ihre Ergebnisse in einer Präsentation vor.

Raps bildet derzeit 30 junge Leute in verschiedenen Berufen aus. Teilnehmer der Zukunftswerkstatt waren vier auszubildende Industriekaufleute und eine künftige Fachkraft für Lebensmitteltechnik. Das Team teilt sich momentan die Geschäftsleitung des Gewürzshops "Rapsody of Spices".

Für alles selbst verantwortlich

Das kleine Ladengeschäft auf dem Raps-Werksgelände ist in doppelter Hinsicht etwas Besonderes. Zum einen ist der Shop der einzige Ort, an dem man die Produkte des Kulmbacher Gewürzspezialisten in Haushaltsgrößen erwerben kann. Zum anderen wird er von Raps-Azubis komplett in Eigenregie geführt.

"Wir sind für alle anfallenden Aufgaben verantwortlich: Einkauf der Produkte, Abfüllung in kleine Packungen, Kalkulation der Preise, Entwicklung von Marketingkonzepten und natürlich auch für den Verkauf im Shop", so Moritz Knoll, der gemeinsam mit Sophie Lapczynya, Linda Hollfelder, Anna-Lena Bauer und Maximilian Stern den Shop führt. Den Laden gibt es inzwischen schon seit zehn Jahren. Er wurde damals komplett von Azubis entwickelt und auf die Beine gestellt - und schreibt schwarze Zahlen.

"Den Laden führen und organisieren zu dürfen, ist für uns schon was Tolles", sagt Sophie Lapczynya. "Das ist eine klasse Ergänzung zur Schule und zur Arbeit in den Abteilungen. Man ist auf sich allein gestellt und lernt, Entscheidungen zu treffen und Verantwortung dafür zu übernehmen."

#SCHONDIGITAL!

Und was hat die Google Zukunftswerkstatt den Auszubildenden gebracht? Für Sophie und Moritz ist klar: "Das war ein voller Erfolg! Wir haben viel über Online-Marketing gelernt." Die Frage "#SCHONDIGITAL?" können die Azubis für ihren Gewürzshop jetzt definitiv mit #schondigital! beantworten. "Wir haben durch den Input der Lektionen einen Social-Media-Plan für unseren Facebookauftritt erstellt", berichtet Moritz Knoll. "Unsere Seite wirkt nun wesentlich professioneller und wird regelmäßig mit Posts zu Gewürzen und zur Ausbildung bei Raps befüllt."

Erfolg: Mehr Kundschaft im Laden

Die ersten Erfolge sind für die jungen Geschäftsleute schon spürbar: "Wir locken mehr Leute zu uns in den Laden", freut sich Sophie Lapczynya. Die Auszubildenden wollen ihr Engagement weiter ausbauen. "Unser nächster großer Schritt ist der Aufbau einer eigenen Homepage für Rapsody of Spices."