



# «High Voltage»: Marketing für Netzelektriker

**Berufswerbung für Netzelektriker/in EFZ** | Das Berufsbild «Netzelektriker/in EFZ» ist bei Berufsberatern, Eltern und Jugendlichen kaum bekannt. Die Branche richtet sich nun mit verstärkten Marketing-Massnahmen im «High Voltage»-Auftritt an eine erweiterte Zielgruppe.

TEXT TONI BISER

Die Trägerschaft «Berufsbildung Netzelektriker/in» setzt 2017 ihr Konzept zum Berufs-Marketing für Netzelektrikerinnen und -elektriker um. Bereits 2013, vor dem Start der neuen Grundbildung, hatte die Trägerschaft mehrere Einzelmassnahmen umgesetzt.[1] Das aktuelle Berufs-Marketing-Konzept schliesst nun letzte Lücken. Eine Umfrage [2] in der Branche offenbarte auf dem Stellenmarkt eine angespannte Situation und entsprechenden Handlungsbedarf. Im Bereich Netzelektrik fehlen in der Schweiz rund 300 Fachkräfte.

Der Leitungsausschuss der Trägerschaft hat daher auf allen Bildungsstufen zusätzliche Massnahmen diskutiert. Die Bandbreite reichte dabei von einer Intensivierung des Berufs-Marketings, über das Angebot von Umschulungen, um Elektriker auf die Tätigkeit im Netz vorzubereiten bis zum Ausbau der Angebote an Vorbereitungskursen auf die Berufs- und höheren Fachprüfungen.

## Quantitative Ziele formuliert

Unbestritten war, dass die Bemühungen im Berufs-Marketing neuen Schub brauchen. Eine Arbeitsgruppe unter der Leitung Giampaolo Mamelis, Präsident des Leitungsausschusses, hat ein entsprechendes Konzept erarbeitet. In diesem Konzept wurden drei quantitative

Ziele formuliert:

- Die Zahl der Jugendlichen, die sich für den Beruf Netzelektriker interessieren, soll sich innert drei Jahren um 20% erhöhen.
- Bis zum Beginn des Schuljahres 2018/19 soll sich die Zahl der unterschriebenen Lehrverträge um 10% erhöhen.
- Bis Ende 2017 soll sich die Anzahl Unternehmen (Mitglieder der Trägerschaft), die Netzelektrikerinnen und -elektriker ausbilden, um 5% erhöhen.

Die Arbeitsgruppe richtete das Konzept bewusst sehr breit aus und will damit Schülerinnen und Schüler im vorletzten und im letzten obligatorischen Schuljahr ebenso ansprechen wie deren Eltern sowie die Mitgliedunternehmen der Trägerschaft und Institutionen der Berufsberatung.

Die Arbeitsgruppe erarbeitete zu insgesamt sechs Handlungsbereichen Lösungen:

**Flyer Netzelektriker/in:** Auf dem Flyer im «High Voltage»-Auftritt sollen klare und knappe Botschaften einen Überblick über den Beruf geben und das Interesse wecken.

**Standmaterial-Vorlagen für Auftritte an Berufsmessen:** Den Mitgliedunternehmen werden Vorlagen für Standwände für Messeauftritte auf der Basis von «High Voltage» zum Download zur Verfügung gestellt. Die

Trägerschaft selbst wird kein eigenes Standmaterial bereitstellen. An Berufsmessen ist es zudem vorteilhaft, wenn regionale Unternehmen mit motivierten und kommunikativen Netzelektrikern präsent sind, Jugendliche ansprechen und Listen mit Betrieben aufliegen, bei denen sich Interessierte für Schnupperlehren bewerben können. Das soll weiterhin so bleiben.[3]

**Internet:** Die Website [www.netzelektriker.ch](http://www.netzelektriker.ch) soll punktuell aktualisiert und deren Inhalt auf Italienisch übersetzt werden.

**Social Media:** Die Zusammenarbeit mit [www.yousty.ch](http://www.yousty.ch), der Online-Lehrstellenbörse, wird weitergeführt. Die Mitgliedunternehmen werden regelmässig darauf hingewiesen und über Neuerungen informiert.

**Berufsberatungen:** Die Trägerschaft will intensiver mit den Berufsberatungen kommunizieren und herausfinden, wo allfällige Wissenslücken geschlossen werden müssen.

**Mitgliedunternehmen:** Ausserdem erarbeitet die Trägerschaft einen Musterbrief, mit dem die Mitgliedunternehmen Schulen anschreiben und Schnupperlehren anbieten können. Für Auftritte in der Klasse wurde eine Musterpräsentation bereitgestellt. Gleichzeitig will die Trägerschaft die Mitgliedunternehmen erneut darauf aufmerksam machen, dass sie ihre



Angebote für Schnupperlehren auf [www.berufsberatung.ch](http://www.berufsberatung.ch) veröffentlichten.

### «High Voltage» inspiriert von «Young Energy»

Bei der Wahl der Massnahmen und der Gestaltung des entsprechenden Werbematerials liess sich die Trägerschaft von der Elettricità Svizzera Italiana (ESI) inspirieren. Die ESI verfügt mit «Young Energy» über ansprechende Werbemittel (Faltprospekt, Standdesign, Rollups), welche bei Jugendlichen gut ankommen. Alle italienischsprachigen Elektrizitätsunternehmen setzen diese Werbemittel ein und ihr gemeinsamer Standauftritt an der Berufsmesse «Espoprofessionisti» wirkt frisch und ansprechend. Die Entwicklung der Lehrverträge mit Netzelektrikern gibt der ESI Recht: 2015 gab es doppelt so viele neue Lehrverhältnisse mit Netzelektrikern wie in den Vorjahren.

Auf dieser Basis und in Anlehnung an die Image-Kampagne auf [www.netzelektriker.ch](http://www.netzelektriker.ch) hat die Trägerschaft die deutsch- und französischsprachige Berufswerbung entwickelt. Sie stellt den Mitgliedunternehmen Flyer sowie elektronische Vorlagen zur Verfügung, welche flexibel verwendet werden können (zum Beispiel individualisiert mit Firmenkontakt und Logo). Diese Materialien eignen sich zur Auflage an Ausstellungsständen an Berufsmessen, als Werbung an Fahrzeugen, für Präsentationen an Schulen oder einfach als Handout.

### Laufbahnbeispiele für Berufsberatungszentren

In früheren Umfragen gaben Mitgliedunternehmen zu bedenken, dass der Beruf Netzelektriker kaum bekannt sei und Berufsberater diesen auch nicht empfehlen würden. Die Geschäftsstelle der Trägerschaft hat die schweizerischen Berufsinformationszentren (BIZ) Ende 2016 auf diesen Umstand angesprochen [4] und gefragt, wo allenfalls noch Aufklärungsarbeit gewünscht wäre. Jedes zweite BIZ erklärte, dass die Beraterinnen und Berater über genügend Informationen zum Beruf verfügten und dass sie über den Netzelektriker-Beruf in einer ähnlichen Häufigkeit wie zum Beispiel über Maurer oder Forstwart sprächen. Jedoch wünschten die BIZ aktuelle Laufbahnbeispiele und die Möglichkeit, die Berufsleute auf einer Baustelle im Einsatz zu zeigen. Die Rückmeldungen der BIZ werden zurzeit noch vertieft ausgewertet, damit entsprechende Massnahmen erarbeitet werden können. Den regelmässigen Kontakt zu den Berufsinformationszentren betrachtet die Trägerschaft als langfristige Aufgabe.

Die Trägerschaft richtet ihr Berufs-Marketing gezielt an die Hauptanspruchsgruppen und vermeidet bewusst «Streuwerbung», weil die damit einhergehenden hohen Streuverluste ein schlechtes Kosten-Nutzen-Verhältnis schaffen. Plakat-Kampagnen an Bahnhöfen oder ähnliche Massnahmen sind daher auch in Zukunft nicht vorgesehen. Vielmehr

soll mit den beschränkten, aus den Mitgliederbeiträgen bereitgestellten Mitteln eine gute und gezielte Wirkung erzielt werden.

### Marketing-Materialien müssen eingesetzt werden

Die besten zur Verfügung gestellten Werbemittel nützen aber wenig, wenn die Unternehmen sie nicht einsetzen. Werbung hat mehrere Ebenen und Facetten, und die verschiedenen Akteure haben unterschiedliche Rollen. [5] Die Trägerschaft erarbeitet und verbessert die Informationslage (Marketing-Grundlagen, Werbemittel) und vernetzt die Akteure. Den Kontakt zu stellensuchenden Jugendlichen müssen aber die Anbieter von Ausbildungsplätzen mit dem Einsatz der bereitgestellten Werbemittel herstellen.

Auch Organisationen wie das Netzelektriker-Forum und der künftige Dachverband der Netzelektriker übernehmen eine wichtige Rolle beim Berufs-Marketing. Sie ergänzen sinnvoll die Aktivitäten der Branche.

#### Referenzen

- [1] Céline Reymond, Netzelektriker/In EFZ: Berufsreform, Bulletin SEV/VSE 8/2013, S. 55-56.
- [2] Toni Biser, Michael Brunner, Simon Eberhard, Fachkräfte gesucht - auf allen Stufen, Bulletin SEV/VSE 9/2015, S. 31-34.
- [3] Landert Brägger Partner, Evaluation der vom Bund geförderten Berufsschauen, im Auftrag des SBFI, August 2014, S. 31-36 und S. 64.
- [4] Mustafa Dikbaş, «Es gibt kaum arbeitslose Netzelektriker», Interview mit Rudolf Schneider, Bulletin SEV/VSE 11/2013, S. 55-56.
- [5] Prof. Dr. Margrit Stamm, Studie «Lehrlingsmangel Strategien für die Rekrutierung des Nachwuchses», Swiss Institute for Educational Issues, September 2013.

#### Autor

**Toni Biser** ist Senior Experte Berufsbildung beim VSE.  
→ VSE, 5001 Aarau  
→ [toni.biser@strom.ch](mailto:toni.biser@strom.ch)



## Die Kampagne «High Voltage»

Der «High Voltage»-Flyer basiert auf der Berufs-Marketing-Kampagne von 2013. Durch die Wahl der in Dämmerlicht gehaltenen Hintergründe und Stimmungen werden einerseits die Netzelektrikerinnen und -elektriker besser in den Vordergrund gerückt. Andererseits wird hervorgehoben, dass es sich um einen Beruf handelt, der bei jeder Witterung im Freien ausgeübt wird. Der gelbe Lichtstrom symbolisiert den Transport von Energie, Informationen oder Personen, der nur dank der Arbeit eines gut funktionierenden Teams möglich ist, das gemeinsam zum Wohlbefinden unserer modernen Gesellschaft beiträgt. Für diese Bilder haben sich Netzelektrikerinnen und -elektriker aus verschiedenen Schweizer Unternehmen freiwillig zur Verfügung gestellt, um mit Stolz ihren Beruf, der ihnen sehr am Herzen liegt, zu veranschaulichen.



Werbung für Netzelektriker im «High Voltage»-Auftritt.