

NACHWUCHSKAMPAGNE – Jahr für Jahr müssen im Sportfachhandel 300 Lehrstellen besetzt werden. Auch für ASMAS ist dies aufgrund des Fachkräftemangels eine Herausforderung. Mit viel Innovationsgeist lanciert der Verband deshalb die neue Kampagne «Mach, was du liebst!» für mehr Lernende im Sportdetailhandel. Präsident Peter Bruggmann stellt sie hier vor.

«Wir wollen wieder 350 Lernende»

Schweizerische Gewerbezeitung: Wie hat sich die Situation im Bereich der Ausbildung von Lernenden im Sportdetailhandel in den letzten Jahren verändert?

Peter Bruggmann: Wir haben festgestellt, dass es immer schwieriger wird, die offenen Lehrstellen zu besetzen. Das zeigt sich unter anderem daran, dass die Gesamtanzahl der Lehrstellen im Bereich Sportdetailhandel in den letzten Jahren von 350 jährlich auf 300 gesunken ist.

Was sind die Gründe dafür?

Einerseits wird der akademische Bildungsweg immer populärer und gerade von den Eltern auch immer mehr gefördert. Andererseits ist es auch so, dass die Jahrgänge kleiner werden und es deshalb schon rein demografisch gesehen weniger Jugendliche gibt, die für die Lehrstellen infrage kommen. Zudem glauben wir, dass es viele Jugendliche gibt, die den Bereich Sportdetailhandel gar nicht kennen. Genau da wollen wir ansetzen.

Wie wollen Sie die Jugendlichen für eine Lehre im Sportfachhandel motivieren?



Der ASMAS-Präsident hofft, mit dieser Kampagne wieder mehr Lernende in die Branche zu holen, sodass sie dem Fachkräftemangel entgegenwirken kann.

Bild: zvg

Mit unserer neuen Kampagne «Mach, was du liebst!». Unsere primäre Zielgruppe sind dabei Lehrpersonen, die Schülerinnen und Schüler unterrichten, die mitten in der Berufswahl stehen. Wir kontaktieren seit August 1000 Schulen in der ganzen Schweiz und schicken ihnen ein «Infoset». Darin gibt es unter ande-

rem Postkarten für die Schülerinnen und Schüler mit dem Claim unserer Kampagne «Mach, was du liebst!». Via QR-Code kommen die Schülerinnen und Schüler dann auf die Landingpage (sportbiz.ch/deine-lehre-dein-beruf), wo sie sich informieren und direkt für eine Schnupperlehre anmelden können.

Wie funktioniert das genau mit der Schnupperlehre?

Die interessierten Schülerinnen und Schüler hinterlassen ihre Kontaktdaten und die Region, in der sie wohnen. Wir von der ASMAS werden ihnen den Kontakt von Sportdetailhändlern in ihrer Region zukommen lassen. Danach können sie selbst entscheiden, bei wem sie eine Schnupperlehre absolvieren möchten.

Im Rahmen der Kampagne, die ASMAS mit einer Kommunikationsagentur realisiert, gibt es auch ein Angebot für Lehrpersonen. Was beinhaltet dies genau?

Wir bieten Lehrpersonen an, einen Experten oder eine Expertin aus der Region zur Verfügung zu stellen, die den Schülerinnen und Schülern den Beruf Detailhandelsfachleute EFZ am Beispiel Sport aufzeigt. Idealerweise bekommen wir dafür einen Slot von 45 Minuten. Die Präsentation, welche die Expertinnen und Experten halten werden, haben wir vorbereitet. So können wir sicherstellen, dass alle dieselben Inhalte vermitteln.

Wie können sich die ASMAS-Mitglieder in die Kampagne einbringen?

Es würde unserer Kampagne enorm dienen, wenn unsere Mitglieder den Kontakt zu Lehrpersonen in ihrer Region herstellen und allenfalls sogar Schulbesuche durch unsere Expertinnen und Experten organisieren würden. Wer uns unterstützen möchte bei der «Mach, was du liebst!»-Kampagne, meldet sich am einfachsten per Mail bei ASMAS.

Mit welchen Argumenten sollen die Jugendlichen von einer Ausbildung im Sportdetailhandel überzeugt werden?

Der Claim «Mach, was du liebst!» fasst es perfekt zusammen: Wir wollen den Jugendlichen, die sich in ihrer Freizeit für Sport begeistern, aufzeigen, dass es eine Möglichkeit gibt, ihr Hobby mit einer Ausbildung zu verbinden. Auf dem Fundament der Berufslehre lässt sich aufbauen. Denn dank des dualen Bildungssystems bieten sich verschiedene Weiterbildungsmöglichkeiten wie Retail Spezialist/-in, Detailhandelspezialist/-in, Verkaufsfachmann/-frau, Marketingmanager/-in HF, eidg. dipl. Verkaufsleiter/-in oder der Bachelor HF in Retail Management. Zudem ist man in unserer Branche immer am Puls der Zeit und erfährt sehr früh von neuen Entwicklungen. Und letztendlich ist die Sportbranche eine sehr emotionale Branche, was ebenfalls ein grosses Plus ist.

NEUE KAMPAGNE

«Mach, was du liebst!»

Der Fachkräftemangel und die zunehmende Akademisierung unserer Gesellschaft sind für die Berufsbildung grosse Herausforderungen. Auch der Schweizer Sportfachhandel hat Schwierigkeiten, geeigneten Nachwuchs zu finden. Der Verband Sportfachhandel Schweiz ASMAS geht dabei proaktiv vor und lanciert eine neue, peppige Kampagne: «Mach, was du liebst!». Dazu ASMAS-Präsident **Peter Bruggmann**: «Es gibt immer wieder Schülerinnen und Schüler, die sich im Sportunterricht mehr hervortun als in sprachlichen oder naturwissenschaftlichen Fächern, weil sie dafür eine grössere Begeisterung haben. Deshalb haben wir in Zusammenarbeit mit der "Agentur am Flughafen" aus St. Gallen eine Nachwuchskampagne entwickelt, die junge sportbegeisterte Menschen und ihre Lehrkräfte dazu motivieren soll, sich über die Aus- und Weiterbildung im Sportfachhandel von Fachleuten informieren zu lassen.»

In der ersten Phase wurden rund 1000 Schweizer Oberstufen- und Sportlehrkräfte mit einem «schweisstreibenden» Mailing angeschrieben, um sie zu ermutigen, eine Berufswahlstunde mit einem lokalen Sportfachhändler zu buchen und Flyer an die Schüler zu verteilen, um sie auf die Landing- und Informationsseiten von sportbiz.ch aufmerksam zu machen. Das Ziel der Kampagne ist, die Mitglieder des Schweizer Sportfachhandels einheitlich auftreten zu lassen und Berufs- und Sportlehrer, Eltern sowie Schülerinnen und Schüler für eine Karriere im Sportfachhandel zu begeistern. CR/pd

Welche Ziele hat ASMAS für die Kampagne gesetzt?

Wir wollen in der Schweiz wieder 350 Lernende im Sportdetailhandel haben. Dadurch erhöht sich auch die Chance, dass mehr Lernende dem Beruf treu bleiben und so können wir dem Fachkräftemangel in unserer Branche entgegenwirken. Eines muss uns aber klar sein: Nur weil wir jetzt diese Kampagne lanciert haben, haben wir nächstes Jahr nicht 20 Lernende mehr. Das braucht Zeit und es müssen möglichst viele Personen mitziehen, damit die Kampagne ein Erfolg wird.

Interview: CR/pd

www.sportbiz.ch

ANZEIGE

«Sicherheit ist uns wichtig!»

Wir sind stolz darauf, in der gewerblichen Vorsorge Marktführerin zu sein.
Für die Gewerbeschaffenden und für ihre Mitarbeitenden.
Für eine solide und sichere berufliche Vorsorge. proparis.ch

proparis

Vorsorge Gewerbe Schweiz
Prévoyance arts et métiers Suisse
Previdenza arti e mestieri Svizzera

Seit 60 Jahren:
SICHER WIE DIE SCHWEIZ.



Die neue ASMAS-Kampagne «Mach, was du liebst!» will auf peppige Art Jugendliche für einen Job in der Sporthandelsbranche motivieren. Illustration: ASMAS