



Anschrift: Carl-Metz-Straße 1, 76185 Karlsruhe

Ansprechpartner/-in:	
Vorname / Name:	Susanne Otto
Funktion:	Beraterin Aus- und Weiterbildung
Telefon:	0175-1841291
Telefax:	
E-Mail	Susanne.Otto@dm.de

Kurzdarstellung des Unternehmens:

Weiterentwicklung ermöglicht Wachstum - dieses Motto gilt bei dm-drogerie markt für das gesamte Unternehmen. Mehr als 36.000 Mitarbeiter, darunter rund 3.400 Lehrlinge, können ihren Arbeitsalltag in den über 1.600 dm-Märkten, in der Karlsruher Zentrale und in den dm-Logistikzentren in Waghäusel und Weilerswist aktiv gestalten. Fach- und Führungskräfte kürten das Unternehmen bei der Arbeitgeberstudie Handel 2013 der Lebensmittel Zeitung zum attraktivsten Arbeitgeber. Dass dm-drogerie markt darüber hinaus der beliebteste überregionale Drogeriemarkt ist, hat 2014 zum wiederholten Mal der "Kundenmonitor Deutschland" ergeben.

Attraktivität der Ausbildung: Was spricht für eine Ausbildung in unserem Unternehmen?

Das dm-Ausbildungskonzept beruht auf drei Säulen: Lernen in der Arbeit (LidA), „Abenteuer Kultur“ und Forum Schule. LidA fördert unter anderem die Eigenständigkeit unserer Lehrlinge. Wir schreiben ihnen nicht vor, wie sie eine Aufgabe angehen sollen. Nachdem ihr Ausbilder ihnen eine Aufgabe übertragen hat, können sie diese selbstständig lösen. Sollten die Lehrlinge einmal nicht allein weiterkommen, können sie sich immer an einen erfahrenen Kollegen wenden.

Bei dm sammeln Lehrlinge aber nicht nur Wissen für den Berufsabschluss, sondern können sich auch persönlich weiterentwickeln. Bei „Abenteuer Kultur“ – einem weiteren Ausbildungsbestandteil – bei dem die Lehrlinge in zwei Theaterworkshops von Schauspielern, Regisseuren oder Theaterpädagogen begleitet werden, können sie ihre Kreativität zeigen und ihr Selbstbewusstsein stärken.

Neben der Praxis gehört natürlich auch die Theorie in der Berufsschule – „Forum Schule“ genannt – dazu. Um den Unterricht möglichst praxisnah zu gestalten, pflegen wir bei dm den Austausch mit den Bildungseinrichtungen.

Unsere Ausbildungsmarketing-Aktivitäten:

In allen Maßnahmen steht für uns absolut der Mensch im Mittelpunkt!

Maßnahme:	Häufigkeit der Durchführung:
<p>Praktika: Das Angebot von Praktika zur Berufsorientierung ermöglicht interessierten Schülerinnen und Schülern durch ein praktisches kennenlernen des Berufsbildes eine erste Orientierung bei der Wahl des Berufes. Gleichzeitig bietet das Praktikum eine Möglichkeit, einen potentiellen Bewerber bereits frühzeitig in der praktischen Ausbildungs- und Arbeitssituation zu erleben.</p>	Bei Bedarf
<p>Erfahrungen:</p>	
<p>Oft kommt es dadurch zur Einstellung eines neuen Lehrlings. Da der Bewerber und auch das Team in der Filiale sich durch die gemeinsam erlebten Tage kennenlernen konnten und der Bewerber dadurch besser erkennt, ob der Beruf des Drogisten in Frage kommt.</p>	
<p>Nutzen aus Sicht des Marketings:</p>	
<p>Die Vielfalt des Berufes wird dadurch präsenter und somit auch attraktiver. Das Interesse daran, bei dm eine Ausbildung zu absolvieren wird also stärker.</p>	
<p>Gesellschaftlicher Aspekt:</p>	
<p>Für den Bewerber ist dadurch eine bessere Einsicht in das Berufsbild des Drogisten gewährt.</p>	

Maßnahme:	Häufigkeit der Durchführung:
<p>Bewerbertraining Durch ein Bewerbertraining geben wir den Schülern Hilfestellungen und Anregungen vom Erstellen einer Bewerbungsmappe bis hin zu einem persönlichen Vorstellungsgespräch, so wie es beispielsweise bei dm gehandhabt wird.</p>	Bei Bedarf In der Regel einmal im Jahr
<p>Erfahrungen:</p>	
<p>Die Schüler sind sehr dankbar über Tipps, die sie für ihre zukünftigen Vorstellungsgespräche erhalten. Oft sind die Vorstellungen der Jugendlichen über ein Vorstellungsgespräch ganz andere und in unserem Bewerbertraining entstehen wichtige „aha“ Effekte.</p>	
<p>Nutzen aus Sicht des Marketings:</p>	
<p>Durch das gegenseitige Kennenlernen während des Bewerbertrainings werden die Schüler ermutigt, sich bei uns zu bewerben.</p>	
<p>Gesellschaftlicher Aspekt:</p>	
<p>Die Schüler werden sicherer in der Gestaltung einer Bewerbungsmappe und fühlen sich vorbereitet, ein Vorstellungsgespräch durchzuführen.</p>	

Maßnahme:	Häufigkeit der Durchführung:
<p>Betriebserkundung</p> <p>Während einer Betriebserkundung sollen die Schüler unter gezielten Fragestellungen in der Filiale Informationen aufspüren, sammeln und festhalten. Im Unterschied zur Betriebsbesichtigung ist die Betriebserkundung eng in die schulische Vorbereitung eingebettet. Bei der Betriebserkundung ergänzen praxisnahe Erfahrungen durch eigene Einblicke das Lernen in der Schule.</p>	Auf Nachfrage
<p>Erfahrungen:</p>	
<p>Die Schüler haben sehr viel Spaß daran, unsere Filiale auf eigene Faust zu erkunden und Dinge zu entdecken, die sie vorher nicht wussten. Gleichzeitig decken wir damit eine unserer drei Ausbildungssäulen – LidA „Lernen in der Arbeit“ – ab.</p>	
<p>Nutzen aus Sicht des Marketings:</p>	
<p>Das Interesse an dm, unserem Sortiment und des Ausbildungsberufes wird gestärkt.</p>	
<p>Gesellschaftlicher Aspekt:</p>	
<p>Viele Schüler kommen während ihrer Erkundung in persönliche Gespräche mit den Kollegen und aktuellen Lehrlingen in unseren Filialen. Dadurch entsteht ein authentischer und realistischer Einblick.</p>	
<p>Ebenso verstehen die Schüler durch die Erkundung besser, weshalb wir die Ausbildung zum Drogisten anbieten und wie umfangreich der Ausbildungsberuf ist.</p>	

Maßnahme:	Häufigkeit der Durchführung:
<p>Unterricht</p> <p>Die Schüler erhalten einen Einblick in ein drogerietypisches Fachthema - z. B. Körperpflege und deren Hauttypen. In drei Gruppen erarbeiten sie Aufgaben, die am Ende vorgestellt werden. Die zur Aufgabenerstellung gehörenden Produkte werden getestet und begutachtet.</p>	Auf Nachfrage
<p>Erfahrungen:</p>	
<p>Aufgeschlossene Schüler zeigen Interesse an den Produkten und Themen. Vor allem die Gruppenarbeiten werden gut angenommen und gut umgesetzt.</p>	
<p>Nutzen aus Sicht des Marketings:</p>	
<p>Die Schüler erhalten einen Einblick in die Produktpalette von dm und erkennen dadurch die Vielseitigkeit des Berufsbildes</p>	
<p>Gesellschaftlicher Aspekt:</p>	
<p>Das Angebot des fächerübergreifenden Unterrichts bietet Schülern/-innen die Möglichkeit, die Vielfalt des Berufsbildes Drogist/-in kennenzulernen.</p>	

Maßnahme:	Häufigkeit der Durchführung:
<p>Elternabende Eltern spielen bei der Berufsorientierung ihrer Kinder eine große Rolle. Meistens wird der Informationsabend für Eltern und ihre Kinder gemeinsam angeboten. Hierbei können Einblicke in die Ausbildungsmöglichkeiten / Studienmöglichkeiten sowie allgemeine Informationen über dm gegeben werden.</p>	<p>Nach Bedarf In der Regel einmal im Jahr</p>
<p>Erfahrungen:</p>	
<p>Auch Eltern kennen oft den Ausbildungsberuf eines Drogisten nicht. Somit erreichen wir noch mehr Menschen und vor allem diese, die oft eine wichtige beratende Funktion der Schüler haben.</p>	
<p>Nutzen aus Sicht des Marketings:</p>	
<p>Eltern werden aufgeklärt und fühlen sich sicherer in der Beratenden Funktion ihres Kindes. Sie erkennen auch, warum dm eine in Frage kommende Ausbildungsstätte sein kann. Mehr Transparenz zum Thema Ausbildungsqualität und Zukunftschancen im Unternehmen</p>	
<p>Gesellschaftlicher Aspekt:</p>	
<p>Im Rahmen eines Elternabends besteht die Möglichkeit, auch Eltern über dm zu informieren. Hierbei können Einblicke in die Ausbildungsmöglichkeiten / Studienmöglichkeiten sowie allgemeine Informationen über dm gegeben werden</p>	

Maßnahme:	Häufigkeit der Durchführung:
<p>Ausbildungsmesse/Infotage an Schulen Lehrlinge, duale Studenten und Kollegen stellen an ihren Ausbildungs- Informationsständen die Berufe von dm vor. Im Vordergrund steht dabei, den Schülern der kommenden Abschlussklassen ein reales Bild der einzelnen Ausbildungsberufe zu vermitteln und einen Überblick über die verschiedenen Fachrichtungen zu geben. Für Fragen stehen vor Ort Lehrlinge, Ausbilder und Studenten als Ansprechpartner zur Verfügung.</p>	
<p>Erfahrungen:</p>	
<p>Durch persönliche Gespräche und somit einer individuellen Beratung mit den Kollegen vor Ort, werden oftmals Unsicherheiten abgebaut und der Mut zur Bewerbung entsteht.</p>	
<p>Nutzen aus Sicht des Marketings:</p>	
<p>Der Bekanntheitsgrad unseres Unternehmens wird dadurch positiv beeinflusst. Dadurch verzeichnen wir steigende Bewerberzahlen.</p>	
<p>Gesellschaftlicher Aspekt:</p>	
<p>Schüler können sich in kurzer Zeit über unseren Ausbildungsberuf bzw. dualen Studiengang informieren. Selbst bei Lehrern und Eltern gelingt es uns, mehr Transparenz darüber zu schaffen.</p>	