Artikel vom 19.06.2023 · Ausgedruckt am 27.11.2026, 02:36 Uhr

Online: https://spargel-erdbeerprofi-staging.p-k3txh2.project.space/nachricht/nachwuchswerbekampagne-eine-erfolgsgeschichte-seit-zehn-jahren/

Nachwuchswerbekampagne – eine Erfolgsgeschichte seit zehn Jahren



Mit der Nachwuchswerbekampagne „Gärtner. Der Zukunft gewachsen.“ auf Tuchfühlung mit dem anspruchsvollen Beruf des Gärtners
Foto: GMH

Vor zehn Jahren fiel der Startschuss für die Nachwuchswerbekampagne „Gärtner. Der Zukunft gewachsen.“. Mit ihr hat der Zentralverband Gartenbau (ZVG) gemeinsam mit den Landes- und Bundesfachverbänden die gärtnerische Image- und Nachwuchswerbung neu ausgerichtet und verstärkt – gemeinsam für alle sieben Fachrichtungen des Gartenbaus.

„Angesichts stetig schwindender Schulabgängerzahlen spürten wir einen deutlichen Handlungsdruck und diskutierten das Thema der Fachkräftesicherung intensiv in den Gremien und Mitgliedsverbänden des ZVG“, erinnert sich ZVG-Präsident Jürgen Mertz.

Jugendliche kommen heutzutage immer weniger mit der Natur und den grünen Berufen in Kontakt. Und der Beruf des Gärtners taucht in der Berufswahl sehr selten auf. Gemeinsam mit dem Grünen Medienhaus als Leadagentur, gefördert durch die Landwirtschaftliche Rentenbank, wurden seitdem eine Vielzahl von Marketingmaßnahmen entwickelt – immer nah an den Kommunikationskanälen und -mitteln der jungen Menschen. Dazu gehört der

frühzeitige Einsatz einer Virtual-Reality-Brille, die sozialen Medien als Hauptkommunikationsmittel sowie der Imagefilm „Warum ich Gärtner:in geworden bin?“ und die YouTube-Miniserie „Der Gärtner war`s“.

„Für die Generation, die für die Ausbildung relevant ist, sind die sozialen Medien inzwischen unabdingbar. Das heißt, dass die Beiträge an den Bedürfnissen der Jugendlichen ausgerichtet werden und nicht zwangsläufig der Mediennutzung der Betriebe entsprechen“, betont Jakob Hokema, Vorsitzender des ZVG-Ausschusses Bildungspolitik und Berufsbildung.

Gleichzeitig werden auch Eltern, Lehrer und Berufsberater angesprochen, um ein realistischeres Bild vom anspruchsvollen und abwechslungsreichen Beruf des Gärtners zu erhalten.

„Mithilfe der Kampagne konnten zahlreiche Ausbildungsplätze belegt werden“, sind Mertz und Hokema überzeugt. Die Statistik gab ihnen bis zum Frühjahr 2022 recht. Wenn auch durch Ukrainekrieg und steigende Kosten die Neuabschlüsse zuletzt zurückgingen, der Bedarf an gut ausgebildeten Fachkräften bleibt hoch. Deshalb blicken die ZVG-Vertreter zuversichtlich in die Zukunft. Auch für die kommenden Jahre muss dabei klar sein: Der Erfolg ist nur gemeinsam möglich – durch Bund, Land und die gesamte Branche, das heißt die Unternehmen selbst.

Hintergrund:

Mit einem symbolischen Startschuss wurde die Nachwuchswerbekampagne am 17. Juni 2013 in Berlin präsentiert. Mit ihrer Hilfe werden die Jugendlichen dort abgeholt und informiert, wo sie sich jeden Tag aufhalten: im Internet und den sozialen Medien.

Laut Auswertung des Bundesinstitutes für Berufsbildung (Bibb) ging die Zahl der neu geschlossenen Ausbildungsverträge zum Gärtner mit Stichtag 30. September 2022 um 11,6 % zurück. Einen solchen Rückgang gab es seit mehr als zehn Jahren nicht mehr im Gartenbau.

Quelle: ZVG