



**WANTED**  
Die Ausbildungsinitiative



03.12.2012

## IDENTICA SPRICHT DEN NACHWUCHS AN

Checke Deine Chancen, heißt es bei IDENTICA: Ab sofort ist das Werkstattssystem auf Facebook online. Damit fällt der offizielle Startschuss für die Ausbildungsinitiative WANTED. Ziel ist es, Jugendliche für den Beruf des Fahrzeuglackierers zu begeistern. Auf der [IDENTICA Facebook-Seite](#) haben sie Gelegenheit, sich auszutauschen und zu informieren.

„Bereits heute ist der Fachkräftemangel in der Karosserie- und Lackierbranche spürbar – für viele Betriebe ist es schwierig, geeignete Mitarbeiter zu finden. Unser Werkstattssystem reagiert darauf mit der Ausbildungskampagne WANTED“, erklärt Karsten Stöcker, Leiter IDENTICA Deutschland, und betont: „Alle 120 IDENTICA Partner beteiligen sich an dieser einzigartigen Aktion.“

### BREITES INFORMATIONS-ANGEBOT

Neben dem Social Network findet sich die Kampagne außerdem auf Anzeigen, Flyern und Postern wieder, mit dem die Partnerwerkstätten junge Menschen direkt ansprechen. „Die IDENTICA Betriebe haben so die Möglichkeit, Jugendlichen dort zu begegnen, wo sie sich aufhalten – also auch an Schulen oder Ausbildungsmessen beispielsweise“, fügt Karsten Stöcker an. Auf Facebook können Jugendliche Fragen zum Job stellen, Kommentare posten und „Fans“ der Initiative werden. Ein breites Angebot aus kompakten Expertentipps, wichtigen Links, interessanten Fotos und Video-Clips sorgen für einen spannenden und gleichzeitig altersgerechten Informationsmix. Zwei Auszubildende aus IDENTICA Betrieben berichten auf der Facebook-Seite in regelmäßigen Abständen von ihrem Arbeitsalltag.

### BESTE AUSSICHTEN

Bunt, cool, abgefahren – so lautet das Motto der Kampagne. IDENTICA verdeutlicht mit WANTED, wie modern, kreativ und abwechslungsreich das Berufsbild ist. Auch die zahlreichen Aufstiegsmöglichkeiten sind Thema. „Mit der Kampagne zeigen wir, dass der Beruf Fahrzeuglackierer eine gute Wahl ist“, unterstreicht Karsten Stöcker und fasst zusammen: „Wir sind überzeugt: Auf diesem Wege lenken wir die Aufmerksamkeit der Jugendlichen gezielt und effektiv auf unsere Branche.“

Andreas Löffler