

Storytelling fürs Ausbildungsmarketing

in Klima- und Energieberufen

Storytelling bedeutet, Informationen und Botschaften in Form von Geschichten zu vermitteln. Anders als klassische Stellenanzeigen oder trockene Fakten, spricht Storytelling *Emotionen, Vorstellungsvermögen und Identifikation* an. Es erzählt nicht nur, was ein Unternehmen macht, sondern wie Mitarbeitende arbeiten, welche Bedeutung ihre Aufgaben haben und welchen Beitrag sie für Umwelt und Gesellschaft leisten.

Im Kontext des Ausbildungsmarketings bedeutet das: Jugendliche erleben Berufe und Unternehmen aus der Perspektive der Menschen, die dort arbeiten. Sie sehen, dass ihre Arbeit sinnstiftend ist, z. B. indem sie Wasser sauber halten, Energie effizient nutzen oder Müll wiederverwerten. So entsteht ein klarer Bezug zwischen Beruf, persönlicher Aufgabe und gesellschaftlichem Mehrwert.

Darüber hinaus ist Storytelling auch ein *Gestaltungsinstrument* der Unternehmenskultur. Es zeigt, wie ein Unternehmen arbeitet, welche Werte es lebt und wie es Nachhaltigkeit, Umwelt- und Klimaschutz in den Alltag integriert. Durch Geschichten über Mitarbeitende und Projekte wird die Kultur sichtbar und greifbar – für Bewerbende genauso wie für Mitarbeitende selbst. So wird Storytelling Teil der Identität des Unternehmens und kann gezielt genutzt werden, um attraktiv für Nachwuchskräfte zu sein.

Kurz gesagt

Storytelling macht Berufe und Unternehmen authentisch und erlebbar. Es zeigt den persönlichen und ökologischen Impact der Arbeit. Es ist ein Werkzeug, um Unternehmenskultur sichtbar zu machen und Werte zu vermitteln. Es motiviert Jugendliche, sich für eine Ausbildung zu entscheiden, weil sie sehen, dass ihre Arbeit Sinn hat und einen Unterschied macht.

Storytelling-Ansatz

Zentrale Elemente

Mitarbeiter*innenperspektive

Der Beruf wird aus der Sicht der Person erzählt, nicht nur aus der Sicht des Unternehmens.

Nachhaltiger Beitrag

Zeigen, wie die Arbeit Klima, Umwelt oder Ressourcenschutz unterstützt.

Konkrete Aufgaben & Wirkung

z. B. „Ich repariere diese Anlage, damit sauberes Wasser fließt“ statt „Wir betreiben Wasserversorgung“.

Lokal & global

Kombinieren, z. B. „Ich Sorge dafür, dass in meiner Stadt sauberes Wasser fließt“ und „damit tragen wir zu globalem Umweltschutz bei“.

Formatideen für Storytelling im Ausbildungsmarketing

Betriebsvorstellungen

Kurze Rundgänge oder Videos, in denen Mitarbeitende ihre Aufgaben und den Umweltbeitrag zeigen.

Schul- oder Online-Workshops

Mitarbeitende berichten über Projekte, beantworten Fragen und bringen praxisnahe Beispiele ein.

Kurze Video-Stories (1 – 2 Minuten)

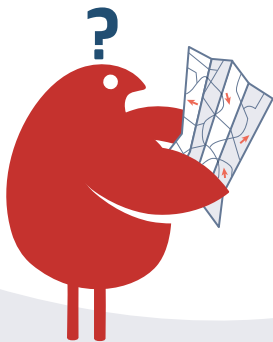
Fokus auf einen Mitarbeitenden oder ein Projekt; zeigt Aufgaben, Impact und Sinn der Arbeit.

Social-Media-Posts

Bild + kurzes Zitat der Mitarbeitenden; leicht umsetzbar, hohe Reichweite bei Jugendlichen.

Mitarbeitenden-Porträts auf der Website

Interview + Fotos vom Arbeitsplatz; vermittelt Authentizität und Unternehmenskultur.



Tipps für Unternehmen

» Echtheit vor Perfektion

Kurze Videos oder Fotos von Mitarbeitenden reichen. Authentizität überzeugt mehr als Hochglanz.

» Story regelmäßig erzählen:

Neue Projekte, Mitarbeitende, Erfolge – Kontinuität schafft Vertrauen.

» Lokaler Bezug

Zeige konkrete Orte, Anlagen oder Projekte in der Region. Jugendliche identifizieren sich leichter.

» Einfach & kompakt

Kurze Sätze, klare Botschaft, visuelle Unterstützung.



Berufe erzählen ihre Wirkung

Storytelling macht Ausbildungsberufe lebendig – zeigt, was wirklich passiert und welchen Unterschied jede Arbeit macht. Welche Technik setze ich ein, welche Anlagen warte ich, welche Daten analysiere ich? Vom Recycling über sauberes Wasser bis zu Energieeffizienz oder Stadtgrün: Jugendliche sehen, wie Know-how und Engagement zusammenwirken. So wird klar: Ausbildung ist mehr als Routine – sie ist spannend, wirksam und voller Möglichkeiten.

» Fachkraft für Kreislauf- und Abfallwirtschaft

Story-Ansatz: „Ich sortiere und bearbeite Abfälle in meiner Stadt. So können wir Materialien wiederverwenden und Müll vermeiden – das hilft nicht nur unserer Umwelt, sondern spart Ressourcen weltweit.“

Aufgabe + Impact: Recycling, Wertstofftrennung, Abfallmanagement »» sichtbar machen, wie Müll wieder zu neuen Produkten wird.

» Fachkraft für Abwassertechnik

Story-Ansatz: „Ich kontrolliere und warte unsere Abwasseranlagen. Jede reparierte Pumpe sorgt dafür, dass unser Wasser sauber bleibt und unsere Stadt gesund ist.“

Aufgabe + Impact: Wasseraufbereitung, Anlagenwartung, Qualitätssicherung »» direkte Verbindung zu sauberem Wasser und Gesundheit.

» Forstwirt*in

Story-Ansatz: „Ich pflege unsere Wälder, damit sie CO₂ speichern, Lebensraum für Tiere bieten und zukünftigen Generationen erhalten bleiben.“

Aufgabe + Impact: Aufforstung, Pflege, nachhaltige Holzgewinnung »» zeigt, wie die Arbeit direkt zur Klimastabilität und Artenvielfalt beiträgt.

» Biologielaborant*in

Story-Ansatz: „Ich analysiere Proben aus Wasser und Boden. So können wir Umweltrisiken erkennen und schützen unsere Stadt vor Verschmutzung.“

Aufgabe + Impact: Laboranalysen, Umweltproben, Forschung »» sichtbar machen, wie die Arbeit zu Klimaschutz und Umweltschutz beiträgt.

» Elektroniker*in – Energie- und Gebäudetechnik

Story-Ansatz: „Ich installiere energieeffiziente Anlagen in Gebäuden. Damit sparen wir Strom, senken CO₂-Emissionen und machen unsere Stadt nachhaltiger.“

Aufgabe + Impact: Installation von Solaranlagen, Smart-Metering, Energiemanagement »» zeigt direkten Beitrag zur Energiewende.

» Geomatiker*in

Story-Ansatz: „Ich erfasse und analysiere Daten über Land, Wasser und Infrastruktur. So helfen meine Karten, unsere Stadt umweltfreundlich zu planen und Ressourcen zu schonen.“

Aufgabe + Impact: Vermessung, Geoinformationssysteme, Stadtplanung »» sichtbar machen, wie Daten direkte Umweltentscheidungen unterstützen.

» Umweltassistent*in

Story-Ansatz: „Ich überprüfe Luft, Wasser und Böden auf Schadstoffe. Meine Arbeit sorgt dafür, dass Umwelt und Menschen geschützt werden.“

Aufgabe + Impact: Proben nehmen, Analysen durchführen, Maßnahmen vorbereiten »» zeigt direkten Beitrag zu Umwelt- und Klimaschutz.

» Dachdecker*in

Story-Ansatz: „Ich installiere Dächer mit Solaranlagen oder energieeffizienten Materialien. So reduzieren wir CO₂-Emissionen und machen Gebäude nachhaltiger.“

Aufgabe + Impact: Eindeckung, Installation von Photovoltaikanlagen, Dämmung »» verbindet Handwerk mit Klimaschutz und Energieeffizienz.