



LEITFADEN
FÜR DIE DURCHFÜHRUNG VON
SCHNUPPERTAGEN
IN LSA-AGENTUREN

Schnuppertage in LSA-Agenturen

Ziel des vorliegenden Papiers

Eine Empfehlung für die Durchführung von Schnuppertagen in LSA-Agenturen.

Ausgangslage: Neugierde und Begeisterung am Beruf und für die Branche wecken

Die Grundschulen unternehmen heute viele Anstrengungen, ihren Schülern die Berufswelt näher zu bringen. Auch wenn es einigen Aufwand bedeutet, ist es für LSA-Agenturen wertvoll, diese Leute zu empfangen und ihnen die Vielseitigkeit und Zukunftsfähigkeit unserer Branche zu zeigen.

Nutzen der Schnuppertage für Agenturen

- «War of Talents» - die eigene Zukunftsfähigkeit mit konkreter Massnahme angehen.
- Jungen Leuten einen ersten Einblick in die Branche geben und sie begeistern.
- Die Vielseitigkeit und Vielfältigkeit der Berufe, aber auch die Anforderungen aufzeigen.
- Im Idealfall geeignete junge Menschen in die Kreativwirtschaft führen.

Nutzen der Schnuppertage für Schnuppernde: Orientierung geben, Klarheit schaffen

- Zeigen, welche Tätigkeiten und Möglichkeiten (Beratung, Kreation, Technologie, etc.) die Branche bietet.
- Erfahren, welche Berufe und Berufsbilder es überhaupt gibt.
- Ausprobieren, was man in einer Agentur den ganzen Tag so tut.
- Erkennen, ob dies etwas für den eigenen Berufsweg ist.

Durchführung: Kurz, knapp, lebendig

Unsere Empfehlung:

1. Sammeln Sie Interessenten und organisieren Sie die Schnuppertage am besten gleich für eine ganze Gruppe! Das lohnt sich für Sie – nur einmal organisieren – und ist auch für die jungen Leute motivierend.
2. Bieten Sie lieber einen ereignisreichen Schnuppertag an als eine ganze Woche, in der die Schüler nur neben den Computern stehen und in langweiligen Sitzungen dabei sein müssen.

Beispiel Schnuppertag

Vormittag: Vorstellung Agentur, Ablauf und Berufe

Den Vormittag nutzen wir, um den jungen Leuten die Scheu zu nehmen und ihnen die Menschen und Berufe in unserer Agentur näher zu bringen.

Zeit	Inhalt
09.30-9.35	Begrüssung, Vorstellung, Agenda
9.35-9.50	Warm-up! (z.B. Ratespiel Marken erkennen aus Spots oder Inseraten mit abgedeckten Logos, kleine Sofortpreise für die Schnellsten usw.)
9.50-10.00	Erwartungen an den Tag (z.B. alle selber aufschreiben, an Wand hängen)
10.00-10.25	Was macht eine Kommunikations- / Branding- / Design- / PR- / Digital-Agentur (Wo seid Ihr gelandet? Welche Berufe gibt es in unserer Agentur überhaupt? Wie entsteht eine Kampagne?)
10.25-10.40	Pause (plus Agenturbesichtigung, Stationen und Leute erklären)
	Wer arbeitet bei uns: Ausgewählte Berufe etwas vertiefter vorstellen. Persönlicher Einstieg durch Mitarbeitender: <ul style="list-style-type: none"> • Eigener Berufsweg: Weshalb wurde ich dies...? • Was war mein persönlicher Berufsweg? • Was sind für mich die Sonnen- und Schattenseiten?
10.40	Und wie wird man das? <ul style="list-style-type: none"> • Je vorgestellter Beruf Ausbildungswege, Ausbildungsorte und Ausbildung selbst kurz vorstellen • Anforderungen • Nach der Lehre – Möglichkeiten im Beruf • Weiterbildungen und Spezialisierungen

Zeit	Inhalt
10.40-10.55	Beruf 1, z.B. was macht ein Kreativer (Grafiker, Texter, Designer, Polygraf...) <ul style="list-style-type: none"> • An Projekt vorstellen, wie etwas entsteht • Überblick Berufe Kreation • Fragen zum Job, Ausbildung
10.55-11.10	Beruf 2, z.B. was macht ein Online-Spezialist (Mediamatiker, Interaction Designer, SW-Engineer, etc.) <ul style="list-style-type: none"> • An Projekt vorstellen, wie etwas entsteht • Überblick Berufe Online • Fragen zum Job, Ausbildung
11.10-11.15	Pause
11.15-11.30	Beruf 3, z.B. was macht ein Berater (Sicht z.B. Kommunikations-, Mediaplaner) <ul style="list-style-type: none"> • An Projekt vorstellen, wie etwas entsteht • Überblick Berufe Beratung, Planung • Fragen zum Job, Ausbildung
11.30-11.40	Fragen? (s. Erwartungen)
12.00-13.30	Mittagspause

Der Nachmittag bietet die beste Gelegenheit, selbst eine Kampagne, z.B. ein Plakat zu entwickeln. Das kann für ein neues Produkt wie Getränk, Game, Klamotten usw. sein, aber vielleicht ist die Aufgabe auch grad die nächste Jahresendkarte der Agentur, der anstehende Website-Release, eine (interne) Einladung oder ähnlich

Idealerweise steht ein Kreativer zur Verfügung, der die Jungen (oder die Gruppe) begleitet und die Umsetzung z.B. am eigenen Arbeitsplatz mit den Jungen macht.

Zeit	Inhalt
13.30-13.45	Aufgabenstellung Workshop, Gruppen bilden
13.45-14.45	Gruppenarbeit (Produkt, Idee, Claim bzw. „Werbespruch“, Fotoshooting...)
14.45-15.30	Gestaltung Gruppe 1+2
15.30-15.40	Präsentation Arbeiten
15.40-15.50	Rückblick Erwartungen an den Tag. Fragen?
16.00 Uhr	Ende

April 2016