



Ausbildung in Zeiten von Corona DMK geht mit 74 neuen Auszubildenden neue Wege

Bremen, 17. August 2020. Wie kann Ausbildung in Zeiten von Corona gestaltet werden? Mit dem diesjährigen Azubijahrgang müssen sich Unternehmen dieser Fragestellung stellen und bewährte Konzepte neu denken. Die DMK Group hat hierzu ihr Format der „Start Up“-Tage weiterentwickelt, um das interdisziplinäre Arbeiten und eine höhere Vernetzung zwischen den Berufseinsteigern trotz Kontaktbeschränkungen zu ermöglichen. In diesem Rahmen wurden die neuen Auszubildenden jetzt erstmals mit einer digitalen Auftaktveranstaltung auf die vielseitigen Tätigkeitsfelder im Unternehmen vorbereitet.

Pünktlich zum August sind 74 neue Auszubildende an 10 Standorten der DMK Group in ihr Berufsleben gestartet. Als größtes Milchverarbeitendes Unternehmen in Deutschland nimmt für die DMK Group dabei das Thema Ausbildung eine zentrale Rolle ein. Denn um die Vielzahl an komplexen Warenströmen meistern zu können, ist Know-how in den unterschiedlichsten Bereichen wichtig. In Zeiten von Fachkräftemangel setzt das Unternehmen hier auch auf den Nachwuchs aus dem eigenen Haus. Die insgesamt 18 Ausbildungsberufe erstrecken sich dabei vom Milchtechnologien über Mechatroniker und Fachinformatiker bis hin zu Industriekaufleuten. Doch während man bisher mit den Start Up-Tagen vor allem im persönlichen Kontakt in das Berufsleben starten konnte, war jetzt ein neuer Weg nötig.

„Wir haben in diesem Jahr die Auftaktveranstaltung unserer Auszubildenden komplett digitalisiert und mit Microsoft Teams realisiert. Gerade in diesem ungewöhnlichen Jahr wollen wir unseren neuen Kollegen zeigen, dass es in einem Konzern wie der DMK Group auf jeden einzelnen ankommt“, betont Ines Krummacker, CHRO der DMK Group. „Berufseinsteigern ist es wichtig, mit ihrer Arbeit einen erkennbaren Beitrag für das Unternehmen zu leisten. Deshalb möchten wir ihnen gleich zu Beginn ihres Berufsleben zeigen, dass wir dieses Engagement zielgerichtet fördern und jeden einzelnen dazu ermutigen. Statt eine Notlösung zu schaffen, haben wir uns unsere neugewonnene Flexibilität durch digitale Tools auch hier zu Nutze gemacht.“

Neue Werkzeuge als Chance

Durch diese neue Situation setzt die DMK Group mittlerweile auf den konsequenten Einsatz von Videokonferenzen und Echtzeitkommunikation. Dazu erhielten alle Berufseinsteiger in der Verwaltung Notebooks, um flexibel in der aktuellen Situation arbeiten zu können. Um die neuen Kommunikationsmöglichkeiten allen Auszubildenden zugänglich zu machen, wurden auch an den Produktionsstandorten Computerarbeitsplätze eingerichtet. Denn 85 Prozent der neuen Auszubildenden dort arbeiten in Ernährungs- und technischen Berufen ohne PC-Arbeitsplatz. Zudem wurden Maßnahmen erarbeitet, die die Unsicherheiten beim Ausbildungsverlauf durch die Pandemie adressieren. So wurden bereits Pläne erstellt, die auch bei einem möglichen Ausfall der Berufsschule den reibungslosen Verlauf der Ausbildung sicherstellen sollen. Dabei unterstützt die DMK Group die Auszubildenden darin, die perfekten Rahmenbedingungen und Freiräume für das kontinuierliche Lernen zu ermöglichen. Hierzu wurden individuelle Lösungen geschaffen, die auf die Bedürfnisse der unterschiedlichen Berufsbilder eingehen. Bereits heute zeigt sich der Stellenwert dieses Themas innerhalb der DMK Group durch eine Vielzahl von ausgezeichneten Prüfungsergebnissen der Auszubildenden.

„In der aktuellen Zeit wird es immer wichtiger, eine qualitativ hochwertige Ausbildung und gute Arbeitsbedingungen zu bieten. Denn der Fachkräftemangel macht sich auch bei uns bemerkbar und wird durch Corona noch verstärkt“, erläutert Ines Krummacker. „Wir haben deshalb bereits bei der Suche nach neuen Auszubildenden unsere digitalen Kanäle gestärkt und konnten so weiterhin viele Berufseinsteiger für eine Ausbildung in der DMK Group begeistern.“



Über die DMK Group

Die größte deutsche Molkereigenossenschaft verarbeitet mit rund 7.700 Mitarbeitern an mehr als 20 Standorten in Deutschland, den Niederlanden und weiteren internationalen Hubs Milch zu Lebensmitteln höchster Qualität. Das Produktportfolio reicht von Käse, Molkereiprodukten und Ingredients über Babynahrung, Eis und Molkenprodukte. Marken wie MILRAM, Oldenburger, Uniekaas, Alete und Humana genießen bei Verbrauchern im In- und Ausland großes Vertrauen und machen das Unternehmen zur festen Größe in seinen Heimat- und ausgewählten Zielmärkten rund um den Globus. Als einer der größten Lieferanten des deutschen Lebensmitteleinzelhandels und mit einem Umsatz von 5,8 Milliarden Euro gehört die DMK Group europaweit zu den führenden Unternehmen der Milchwirtschaft.

Für redaktionelle Rückfragen:

Vera Hassenpflug
Senior External Communications Manager
DMK Deutsches Milchkontor GmbH
Flughafenallee 17
28199 Bremen
Germany
Tel.: +49 421 243-2246
Fax: +49 421 243-2487
vera.hassenpflug@dmk.de
www.dmk.de
www.twitter.de/dmk_milch

Toni Perkovic
External Communications Manager
DMK Deutsches Milchkontor GmbH
Flughafenallee 17
28199 Bremen
Germany
Tel.: +49 421 243-2737
Fax: +49 421 243-2487
toni.perkovic@dmk.de
www.dmk.de
www.twitter.de/dmk_milch