



Alles für morgen – Ausbildungsstart bei der DMK Group 93 neue Auszubildende gestalten ab sofort die Transformation der Ernährung mit

Bremen, 17. August 2023. In Zeiten, in denen sich Unternehmen eher bei potentiellen Auszubildenden bewerben als umgekehrt, gilt es, gewohnte Pfade zu verlassen, um die Fachkräfte von morgen zu rekrutieren. Auch dank der Bereitschaft neue Wege zu beschreiten, bestätigt die DMK Group ihren Ruf als attraktiver Arbeitgeber.

Und so fiel am 1. August der Startschuss für 93 neue Auszubildende, die an den 15 Standorten der DMK Group ins Berufsleben starteten. In insgesamt 15 Berufen gestalten sie ab sofort die Transformation der Ernährung aktiv mit. Die Ausbildungsberufe erstrecken sich dabei vom Milchtechnologien über Mechatroniker, Fachkraft für Lagerlogistik und Fachinformatiker bis hin zu Industrie- beziehungsweise Personaldienstleistungskaufleuten. In den ersten Wochen steht das Ankommen im Unternehmen im Vordergrund. Hierfür bietet die DMK Group eine Start-Up Veranstaltung, die konzernweit alle neuen Auszubildenden einschließt. Mit der Veranstaltung bietet das Unternehmen eine Plattform, um DMK und die anderen Auszubildenden besser kennenzulernen und die Identifikation mit Produkten und Marken bei den Berufseinsteigern zu stärken. Gemeinsam in Teams werden dabei spielerisch Lösungsansätze erarbeitet und damit auch ein „Wir-Gefühl“ gebildet.

Eine Investition in die Zukunft

Ausbildung ist eine wichtige Investition in die Zukunft, denn der Fachkräftemangel macht auch vor der Molkereibranche nicht halt. Daher gilt es, den neuen Auszubildenden von Anfang an zu vermitteln, welchen wertvollen Beitrag sie bei DMK leisten, um Millionen von Menschen nachhaltig mit hochwertigen Lebensmitteln zu versorgen. Zu diesem Zweck wurde die Ansprache möglicher Auszubildender stark verändert. Eine zentrale Rolle spielt der Austausch auf Augenhöhe, sei es im persönlichen Gespräch auf Ausbildungsmessen, oder via Social Media. Einen ganz frischen Ansatz liefert auch die neu ins Leben gerufene Bewerbungskampagne über den Messengerdienst WhatsApp. Auf diese Weise ist ein niederschwelliges Bewerbungsverfahren entstanden, das unkompliziert ist und einen schnellen direkten Kontakt und Austausch mit den Bewerbern garantiert.

Diese kurzen Wege und der persönliche Kontakt spielen nicht zuletzt eine wichtige Rolle, da sich die Motivation vieler Nachwuchskräfte verändert hat. Phrasen wie „Lehrjahre sind keine Herrenjahre“ gehören längst der Vergangenheit an. Bereits beim Berufseinstieg sucht der Nachwuchs nach sinnstiftenden Aufgaben und hinterfragt die eigene Rolle. „Die Zukunft liegt in der Menschlichkeit des Unternehmens. Es gibt wohl keine zwei Meinungen darüber, dass die Arbeitswelt von heute eine komplett andere ist, daher treibt uns der Wille an, uns weiterzuentwickeln. Dafür müssen wir zuhören – und schauen, wie sich persönliche Bedürfnisse und Arbeitskultur vereinen lassen“, so Ines Krummacker, CHRO der DMK Group.

Um den Auszubildenden jederzeit optimale Rahmenbedingungen bieten zu können, hat die DMK Group mit dem Programm „GROW“ einen mehrjährigen Prozess zur Verbesserung der Ausbildung initiiert. Dabei ging es vor allem um die Frage, wie Ausbilderinnen und Ausbilder ihre Azubis besser bei ihrer persönlichen Entwicklung begleiten können. Mit „GROW“ hat DMK Strukturen und Standards geschaffen, um die Nachwuchstalente noch besser und nachhaltiger auszubilden und gleichzeitig auf die Bindung ans Unternehmen einzuzahlen.



Über die DMK Group

Die größte deutsche Molkereigenossenschaft verarbeitet mit rund 6.600 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 bis hin zu veganen Produkten. Marken wie MILRAM, Oldenburger, Uniekaas, Alete bewusst 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 5,5 Milliarden Euro gehört die DMK Group europaweit zu den führenden Unternehmen der Ernährungswirtschaft.

Für redaktionelle Rückfragen:

Vera Hassenpflug
Senior External Communications Manager
DMK Deutsches Milchkontor GmbH
Flughafenallee 17
28199 Bremen
Germany
vera.hassenpflug@dmk.de
www.dmk.de
www.twitter.de/dmk_milch

Birgit Lüdemann
External Communications Manager
DMK Deutsches Milchkontor GmbH
Flughafenallee 17
28199 Bremen
Germany
birgit.luedemann@dmk.de
www.dmk.de
www.twitter.de/dmk_milch