



11.01.2022 09:50 CET

„Ausbildung auf Skandinavisch“: JYSK startet größte Azubi-Kampagne aller Zeiten

HANDEWITT. "When you grow, we grow" (auf Deutsch „Wenn du wächst, wachsen wir“) und „Ausbildung auf Skandinavisch“: So lauten die zentralen Slogans der neuen Azubi-Kampagne des Einrichtungsunternehmens JYSK (ehemals DÄNISCHES BETTENLAGER). Der Startschuss fällt am heutigen 10. Januar.

Mit der Kampagne will das Unternehmen mit den skandinavischen Wurzeln, das in Deutschland über 960 Stores samt Online-Shop betreibt, für dieses

Jahr bis zu 250 junge Menschen für eine Ausbildung als Kaufmann oder Kauffrau im Einzelhandel gewinnen. Ausbildungsbeginn ist der 1. August 2022.

„Viele Menschen kennen uns bereits jetzt schon – jedoch lediglich als Kund:innen. Das wollen wir ändern. Mit der Kampagne präsentieren wir uns als Arbeitgeber, der jungen Menschen eine gute und intensive Ausbildung ermöglicht. Aber was noch wichtiger ist: Wir sind ein Unternehmen, das seine Mitarbeiter:innen fördert, Aufstiegsmöglichkeiten und im Rahmen unserer internen „Talent Pipeline“ eine echte Perspektive für eine Karriere im Handel bietet“, so Charlotta Lindborg, Head of Human Resources Germany. „Mit unserem erstklassigen Ausbildungsangebot wollen wir die erste Wahl bei jungen Mitarbeiter:innen im Handel sein.“

Fokus auf soziale Medien

Die Kampagne richtet sich primär an eine junge Zielgruppe. Deshalb setzt JYSK verstärkt auf Social Media-Plattformen wie Instagram, YouTube und Facebook. Hier werden gesponserte Werbeanzeigen sowie 30-sekündige Videos ausgespielt, die Lust auf eine Ausbildung beim Einrichtungsunternehmen mit dänischen Wurzeln machen sollen.

Informationen und Tipps aus erster Hand

Mehr Informationen rund um die Ausbildung bei JYSK hält die neugestaltete Landingpage www.jobs.jysk.de/de/ausbildung bereit. Hier geben unter anderem aktuelle Azubis Einblicke in ihren Arbeitsalltag bei JYSK. Und das im wahrsten Sinne des Wortes: Denn mit dem neuen Format „Ausbildungs-Talk“ nehmen junge Mitarbeiter:innen Interessierte mit auf eine Online-Tour durch ihren Store und beantworten dabei Fragen rund um Ausbildungsbetreuung, Berufsschule & Co. Die Anmeldung erfolgt ebenfalls über die Landingpage.

„Es ist uns wichtig, dass die Jugendlichen in Kontakt mit unseren Azubis kommen. Dabei gewinnen sie einen guten und vor allem authentischen Eindruck von der Ausbildung bei JYSK. In einer lockeren Atmosphäre werden Fragen gestellt, die vielleicht so sonst nicht gestellt worden wären“, sagt Charlotta Lindborg. „Hierdurch bekommen die Jugendlichen nochmal Informationen und Tipps, die sie weiterbringen und bei ihrer Entscheidung weiterhelfen.“

Die JYSK-Seiten auf den Jobportalen www.Ausbildung.de und www.Azubiyo.de runden das Informationsangebot ab.

Die Azubi-Kampagne von JYSK läuft bis Anfang Februar 2022.

"Skandinavisch Schlafen & Wohnen": Als Spezialist für Bettwaren, Matratzen, Heimtextilien und Möbel steht **JYSK** für kompetente Beratung und hochwertige Qualität in skandinavischem Design und zu günstigen Preisen. **JYSK** betreibt in Deutschland rund 970 Stores und den Online-Shop jysk.de. Insgesamt umfasst das Filialnetz von JYSK über 3.000 Stores mit 26.500 Mitarbeitern in 50 Ländern. Der Jahresumsatz von JYSK beläuft sich auf 4,4 Mrd. € (Geschäftsjahr 2020/21).

Kontaktpersonen



Michael Rotermund

Pressekontakt
Head of Communications
presse@jysk.com
04630/975 275



Julia Rojahn

Pressekontakt
Communications Consultant
presse@jysk.com
04630/975258