

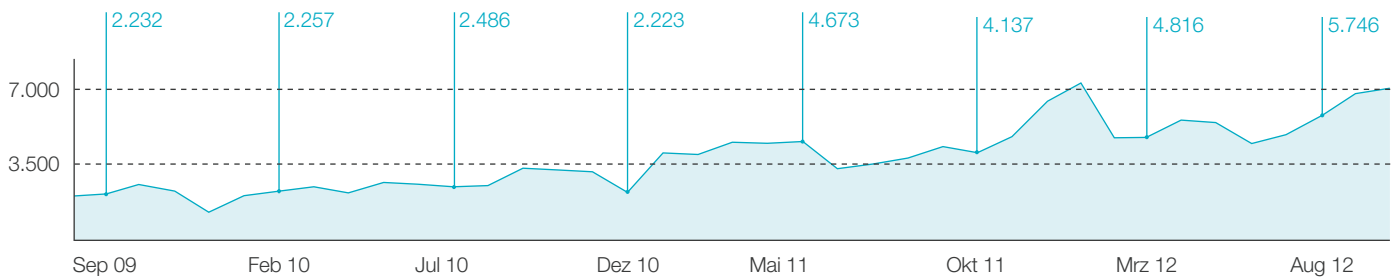
JAHRES 2012

RÜCKBLICK

00

Daten und Fakten

Zugriffe (insgesamt) auf www.go-textile.de seit Kampagnenstart



7.047 BESUCHER INSGESAMT
IM OKTOBER 2012

4.884 BESUCHER ÜBER GOOGLE
IM OKTOBER 2012

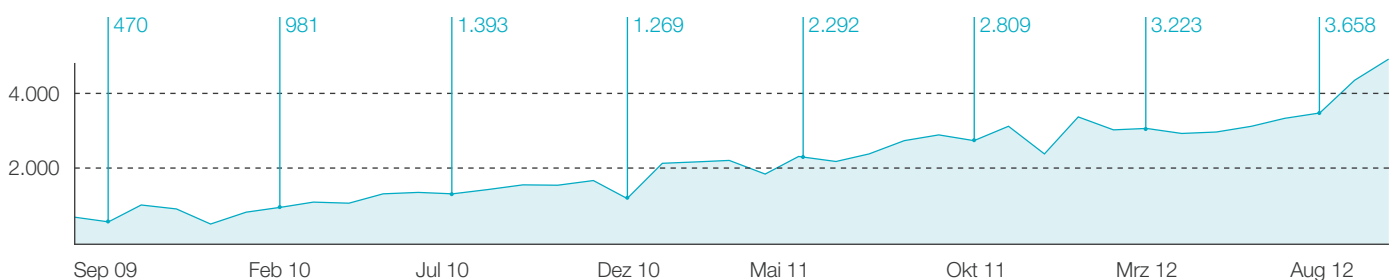
>583.000

SEITENAUFRUFE SEIT
KAMPAGNENSTART

149.131

BESUCHER INSGESAMT
SEIT KAMPAGNENSTART

Zugriffe (über Google) auf www.go-textile.de seit Kampagnenstart



Stand 31.10.2012
Quelle: Google Analytics

01

Nachwuchskampagne setzt Standards

Die Nachwuchskampagne der Textil- und Bekleidungsindustrie Go Textile! geht mit neuen Rekordzahlen in das vierte Jahr.

Die Kampagne Go Textile! blickt auf ein erfolgreiches Jahr 2012 zurück: Der konstante Anstieg der Besucherzahlen – die Gesamtzugriffe auf www.go-textile.de sind in den letzten zwei Jahren im Vergleichsmonat Oktober um 114 Prozent, die Zugriffe über Google sogar um 188 Prozent gestiegen – ist das Resultat einer zielführenden Arbeit und erfolgreichen Vernetzung von Go Textile!

Auch immer mehr Unternehmen nehmen die Möglichkeit wahr, sich auf Go Textile! ein kostenloses Firmenprofil anzulegen. Mittlerweile sind 141 Textil- und Bekleidungsbetriebe für die zukünftigen Fachkräfte über die bundesweite Nachwuchskampagne im Netz zu finden.

Hinzu kommen noch 20 Fortbildungsstätten, die sich mit ihren Profilen ebenfalls aktiv an der Nachwuchs-

werbung der Branche beteiligen. Regelmäßig über Aktivitäten und Erfolge der Kampagne informieren die in diesem Jahr neu eingeführten Go Textile!-News.

»GO TEXTILE! HILFT BEI DER NACHWUCHSWERBUNG«

In dem vorliegenden Jahresrückblick sind die wichtigsten Ereignisse des Jahres 2012 noch einmal übersichtlich zusammengefasst.

Seien auch Sie dabei und profitieren von der bundesweiten Branchennachwuchskampagne.

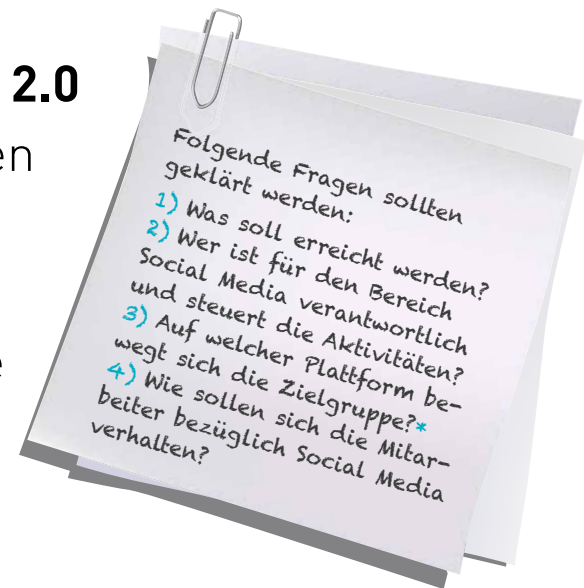
Unterstützen Sie Go Textile!

Die fünf textilen Bereiche in der Übersicht



Checkliste für Ausbildungsmarketing 2.0

Die Bewerberzahlen bei Auszubildenden sinken. Der Wettbewerb wird schärfer. Was müssen Unternehmen also heute bedenken, damit sie morgen noch gute Fachkräfte haben?



1) DIFFERENZIERTER ANSPRACHE

Leistungsschwächere Jugendliche noch stärker fördern und die betriebliche Ausbildung für Abiturienten noch attraktiver gestalten. Individuelle Förderung anbieten z.B. Nachhilfeunterricht für Leistungsschwächere. Leistungsstarke Jugendliche entscheiden sich eher für eine betriebliche Berufsausbildung, wenn die Firma ihnen Zusatzqualifikationen ermöglicht.

2) SOCIAL MEDIA

Unabhängig von der persönlichen Meinung zu Sozialen Netzen oder Web 2.0 – die Jugendlichen kommunizieren darüber. 84 Prozent der 15 bis 24-Jährigen haben ein eigenes Profil in einem Sozialen Netzwerk, d.h. wer die Jugendlichen erreichen will, sollte über einen Einstieg nachdenken. Es gibt nichts umsonst: Ein Engagement in Sozialen Netzen kostet Geld. Der Dialog auf Twitter, Facebook, Xing und Co. beansprucht viel Zeit und damit personelle und finanzielle Ressourcen.

3) GO TEXTILE!

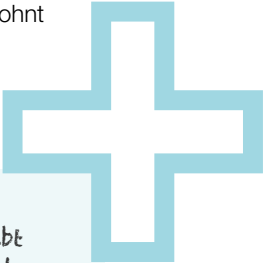
Die Nachwuchskampagne des Gesamtverbands textil+mode hat das Ziel, die Attraktivität der Branche nach außen zu tragen, um so das Interesse von Schulabgängern zu wecken. Dies erfolgt über die moderne Internetplattform www.go-textile.de, auf der jedes Unternehmen kostenlos ein eigenes Profil anlegen und von der Verlinkung der Kampagne profitieren kann. Die Internetseite wird so zur zentralen Anlaufstelle für die Ausbildung in der Textil- und Bekleidungsindustrie.

4) MUND-ZU-MUND-PROPAGANDA

Mitarbeiter und Auszubildende reden auch im Bekanntheitskreis und in der Freizeit über ihre Arbeit. Deshalb sollten Unternehmen sich immer von ihrer besten Seite zeigen, denn der Erfolg einer Empfehlung Mund-zu-Mund ist nicht zu unterschätzen. Außerdem findet diese Kommunikation auch im Netz statt, z. B. auf Seiten wie „kununu – Arbeitgeber anonym bewertet durch Arbeitnehmer, Azubis und Bewerber“ (www.kununu.de).

5) BEWÄHRTES FORTSETZEN

Erfolgreich umgesetzte Konzepte und Aktionen sollten beibehalten werden, wie z.B. der Besuch von lokalen Azubimessen oder Ausbildungstagen. Außerdem sollten regelmäßig Praktika angeboten und Kooperationen mit den Schulen vor Ort gepflegt werden. Ein Engagement bei Veranstaltungen wie Girls Day (www.girls-day.de) oder die Mitarbeit in den lokalen Arbeitskreisen von SCHULEWIRTSCHAFT (www.schulewirtschaft.de) lohnt sich.

- 
- * Es gilt zu bedenken: „Die“ Jugend gibt es nicht. Sprache, Bilder und Musik sind milieuspezifisch völlig unterschiedlich. Nicht drauf los schreiben, sondern überlegt. Dabei sind folgende Punkte zu beachten:
 - Authentizität
 - Regelmäßigkeit - Status Updates
 - Erfolge teilen
 - Nutzerkommentare beantworten
 - Bilder und Filme posten
 - Interessante und aktuelle Infos liefern

03

Original und Fälschung

Die Gruppe Mode und Textil der italienischen Handelskammer von Bergamo kopierte die Nachwuchskampagne von Go Textile!



»Die Kreativen sehen die Nachahmung als Lob und Anerkennung für Ihre gute Arbeit. Mille Grazie!«

„Zuerst war ich völlig perplex, aber nach dem ersten Schock nehmen wir das Ganze sportlich“, sagte Geschäftsführer Markus Brendel, als er die Internetseite www.gotextile.it gesehen hatte. Die Gruppe Mode und Textil der italienischen Handelskammer von Bergamo hat die Nachwuchskampagne des Gesamtverbandes [textil+mode](http://www.textil+mode.it) schlichtweg kopiert. Das Design der Seite, das Logo – alles sieht ähnlich aus. Natürlich ist die Kopie bei weitem nicht so gut wie das Original. Da Go Textile! keine eingetragene Marke ist, sind die Kreativen zu der Überzeugung gekommen, dies als Lob und Anerkennung für ihre gute Arbeit zu sehen. Mille grazie!



04

Relaunch der Plattform www.go-textile.de

Drei Jahre nach dem Start ging die erfolgreiche Nachwuchskampagne Go Textile! in die nächste Runde.

Die Internetseite www.go-textile.de erhielt ein moderneres Gesicht mit vielen neuen Funktionen und erweiterten Darstellungsmöglichkeiten.

WAS IST NEU?

- + Möglichkeit einer genaueren, zielgruppenspezifischen Ansprache, d.h. bestimmte Seitenelemente werden dynamisch verändert, je nachdem woher der User auf die Seite kommt.
- + Deutlich verbesserte Nutzerführung mit kontextbezogenen, seiteninternen Querverlinkungen.
- + Allgemeine optische Anpassungen, die den sich ständig verändernden Nutzergewohnheiten Rechnung tragen, d.h. ansprechende und großzügige Ausgabe der Inhalte.
- + Verstärkte Integration der sozialen Netzwerke (Facebook). Hier wird die Kampagne künftig weitere Schwerpunkte setzen.
- + Ausbau des audiovisuellen Inhalts der Seite.
- + Darstellung der Kampagne auf einer eigenen Unterseite mit einem kurzen Film über die Leistungen und Platz für die Darstellung von Partnern der Kampagne.





ERSTE HILFE



WOHLFÜHLFAKTOR



AUFBRUCH



NACKTBADEN?



FATA MORGANA?



KATASTROPHE

Go Textile! und die „kleinen Leute“

Die Nachwuchskampagne der deutschen Textil- und Bekleidungsindustrie zeigt verschiedene Kurzclips rund um das Thema Textil.

Mit dem Relaunch der Internetseite www.go-textile.de zeigt die Nachwuchskampagne der deutschen Textil- und Bekleidungsindustrie auch verschiedene neue Kurzclips rund um das Thema Textil. Die Hauptdarsteller dieser Clips sind winzige Miniaturfiguren, die mit unserer realen Umwelt interagieren und dabei immer ein textiles Thema aufgreifen: Die Feuerwehr löscht eine Zigarette, die alpinen Skifahrer nutzen die Bettdecke im Schlafzimmer für ihren Abfahrtslauf, der Chemietrupp beseitigt die von einer geplatzen Tomate verursachte „Umweltkatastrophe“.

Mit diesen und weiteren Clips wirbt Go Textile! auch in die Industrie hinein. So können die Clips als „Teaser“ vor die jeweiligen Internetpräsenzen der einzelnen Verbände geschaltet werden, wodurch die Besucher dieser Internetseiten dann jeweils einmalig einen der Kurzclips eingespielt bekommen.

Alle Clips sind auf dem YouTube-Kanal von Go Textile! (www.youtube.com/gotextile) oder auch in einer zusammengefassten Langversion auf der Kampagnenseite www.go-textile.de unter dem Menüpunkt Branche zu sehen. Viel Spaß beim Anschauen!



ABGEFAHREN



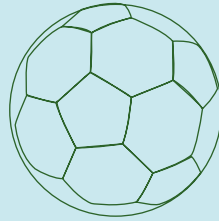
LEIBWACHE

06

Go Textile! hat sich verstärkt

U17-Fußballerin postet im Facebookkanal der Nachwuchskampagne.





„Hallo, mein Name ist Selin Münz, ich bin seit dieser Saison für den VfL Sindelfingen in der U17-Juniorinnen-Bundesliga-Fußball aktiv. In den kommenden

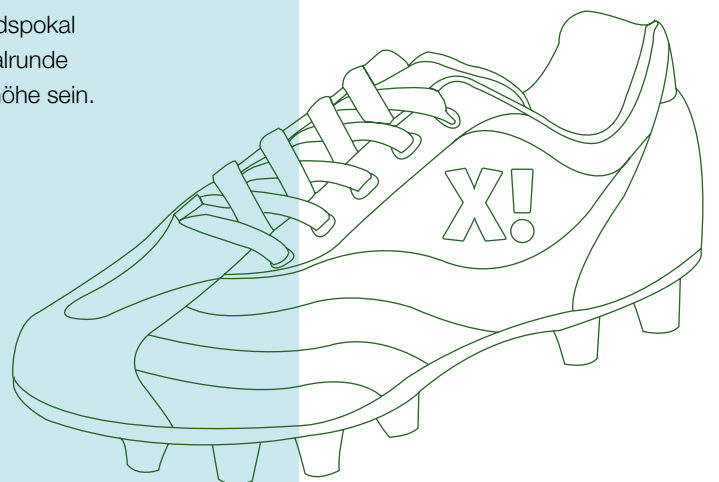
Wochen schreibe ich hier für Euch über den Go Textile! B-Juniorinnen Verbandspokal 2012/13 und halte Euch auf dem Laufenden“.

Mit diesen Worten begrüßte Mitte September das junge Fußballtalent die Fans der Facebookseite von Go Textile!. In den kommenden acht Monaten wird die U17-Nationalspielerin des DFB nun regelmäßig rund um den Go Textile! B-Juniorinnen-Pokal 2012/13 berichten. Mit dieser Aktion möchte die textile Nachwuchskampagne ihre Facebook-Fanseite noch

»DIE FACEBOOKSEITE SOLL LEBENDIGER WERDEN«

lebendiger gestalten und den Kreis der Jugendlichen erweitern, die Selin durch ihre Postings zielgerichtet als „Insiderin“ anspricht. Der Erfolg stellt sich schon jetzt ein: Seitdem das Fußballtalent über ihre ersten Eindrücke rund um den Fußballplatz berichtet, hat sich die Besucherfrequenz auf Go Textile! erhöht. Ihre Artikel werden von den Lesern kommentiert – es findet ein Austausch statt. Auch die Fangemeinde ist bereits gewachsen.

Möglich wurde diese Kooperation mit einem der hoffnungsvollsten Spielertalente ihres Jahrgangs durch die neue Zusammenarbeit von Go Textile! und dem Württembergischen Fußballverband (wfv). Als neuer Partner des wfv für den B-Juniorinnen-Verbandspokal wird Go Textile! damit in der kommenden Pokalrunde der 16- bis 17-jährigen Frauen immer auf Ballhöhe sein.



Zwei neue Tabs auf Facebook

Go Textile! hat seine Facebook-Seite überarbeitet und zwei neue „Tabs“ in die Seite eingestellt.

Tabs sind eigene kleine Seiten oder Programme, die man auf einer Fanseite in Facebook integrieren kann. Sie erscheinen dort unterhalb des Titelbildes. Im ersten Tab werden die textilen Ausbildungsberufe kurz vorgestellt und mit der Internetseite der Nachwuchskampagne Go Textile! zur detaillierteren Auskunft verlinkt. Im zweiten Tab erzählen Persönlichkeiten der textilen Welt, warum sie gerne in ihr arbeiten und wie spannend und vielfältig sie ist. Dahinter versteckt sich ein Video, das auf der letztjährigen Mitgliederversammlung von Südwesttextil gedreht wurde.

Unter www.facebook.com/gotextile kann das Ganze angeschaut werden. Nach dem Besuch den Klick auf „Gefällt mir!“ nicht vergessen.

DIE AUSBILDUNGSBERUFE IM ÜBERBLICK

Modenäher/in / Modeschneider/in

Modenäher / Modeschneider ist ein Beruf, der für den Einsatz im Modeschneiderei oder in anderen Produktionsbereichen in einem Bekleidungsunternehmen ausgelegt ist.



Zu den Inhalten dieser Ausbildung gehört u.a.:

- Auswählen von textilen Werk- und Hilfsstoffen und Zubehör
- Vorrichten, Bedienen und Überwachen von Maschinen und Anlagen
- Anwenden unterschiedlicher Verfahrenstechnologien in den Produktionsbereichen
- Zuschnitt, Bügeln, Nähen und Warenkontrolle
- Durchführen modaltischer Bearbeitungen und Erstellen der Schnittpläne
- Anfertigen von Mustern für die Kollektions- und Serienfertigung unter Beachtung modischer Entwicklungen und wirtschaftlicher Aspekte
- Kontrollieren des Produktionsablaufes und Vornehmen der Endabnahme

Anforderungen
Für eine Ausbildung zum Modenäher / Modeschneider solltest du Fantasie und Interesse für modische Kleidung und Textilien mitbringen.

Ausbildungsdauer
Modenäher: 2 Jahre in Betrieb und Berufsschule
Modeschneider: insgesamt 3 Jahre in Betrieb und Berufsschule

Und danach?
Kann sich eine Weiterbildung zum Industriemeister oder zum Bekleidungstechniker anschließen. Diese Ausbildung eignet sich sehr gut als Basis für ein späteres Bachelor- und Masterstudium zum Bekleidungstechniker oder Modedesigner.

Mehr über diesen Beruf erfährst du unter: <http://www.gotextile.de/ausbildung/zu-modenaehern>

WWW.FACEBOOK.COM/GOTEXTILE

GEFÄLLT MIR!

Neben der dauerhaften Bewerbung freier Ausbildungsplätze in der Textil- und Bekleidungsindustrie auf Facebook hat Go Textile! in der letzten Augustwoche bei der Zielgruppe der 13- bis 17-Jährigen verschiedene Anzeigen für die textilen Ausbildungsberufe getestet. Dabei wurden an den einzelnen Tagen jeweils unterschiedliche Budgets angesetzt.

Fazit: Mittels Werbung auf Facebook werden die gewünschten Klicks auf die Ausbildungsberufe tatsächlich erzielt, d. h. die Jugendlichen de facto erreicht. Darüber hinaus zeigt die Auswertung der Klickzahlen – mehr monetärer Einsatz bringt auch mehr Klicks und somit mehr Aufmerksamkeit und Besucher.

Aktiv für den Nachwuchs

Immer im September starten die Unternehmen ihre Suche nach neuen Azubis für das kommende Ausbildungsjahr. Dazu präsentieren sie sich gerne auf den Berufsbildungsmessen.

Dazu präsentieren sie sich gerne auf den Berufsbildungsmessen. Zahlreiche Textilunternehmen aus der Region Neckaralb nutzten die Gelegenheit, sich auf der dreitägigen Bildungsmesse „Visionen 2012“ in Balingen zu präsentieren. Auf einem Go Textile!-Gemeinschaftsstand, organisiert von Südwesttextil und der Fachvereinigung Wirkerei, Strickerei in Albstadt, informierten die Ausbildungsbetriebe Eschler, Speidel, Peter Müller, Mey und Sanetta im Wechsel die jungen Besucher. Durch die unterschiedlichen Produkte der jeweiligen Hersteller – von Bekleidung bis zu technischen Textilien – zeigte sich die Vielfalt der Textilbranche.

Ebenfalls aktiv war im September der Verband der bayerischen Textil- und Bekleidungsindustrie mit einem Go Textile!-Stand auf der Contacta 2012 an der Hochschule Hof. Zwei Tage wurden genutzt, um ca. 1 800 Schüler über die Branche und ihre Karrieremöglichkeiten zu informieren. Diese Chance nahm auch der Verband der Nordwestdeutschen Textil- und Bekleidungsindustrie auf der Ausbildungsbörse in Bocholt war. Am Go Textile!-Stand wurden hier den interessierten Jugendlichen mit Experimenten die neusten Produkte aus der textilen Welt vorgeführt.

»ES ZEIGTE SICH DIE VIelfALT DER TEXTILBRANCHE«

Eine Attraktivität auf dem Go Textile!-Stand war ein Gewinnspiel: Die Teilnehmer mussten schätzen, wie viel Meter Garn sich auf einer ausgestellten Spule befindet. Diese Aktion lockte viele Jugendliche an und bot die Gelegenheit, die Ausbildungsberufe der Branche vorzustellen. Die Messe war eine erfolgreiche Auftaktveranstaltung für die Suche nach Fachkräftenachwuchs, und durch den gemeinsamen Auftritt ein überschaubarer Aufwand für die Unternehmen.





Freuen Sie sich auch im kommenden Jahr
auf viele spannende Events und Aktionen im
Rahmen der Kampagne Go Textile!



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Diese Kampagne steht unter
der Schirmherrschaft von
Frau Prof. Dr. Annette Schavan
und des Bundesministeriums
für Bildung und Forschung.

KONTAKT
Gesamtverband der deutschen
Textil- und Modeindustrie e. V.
Reinhardtstraße 12-14
10117 Berlin

ANSPRECHPARTNER
Karin Terdenge
Fon: 030 726220-28
Fax: 030 726220-128
Mail: kterdenge@textil-mode.de