

## **Boys' Day & Zukunftstag: DRV-Bildungsausschuss ruft zur Teilnahme an Aktionstagen zur Berufsorientierung auf**

In den klassischen touristischen Ausbildungsberufen und Studiengängen werden deutlich mehr Frauen als Männer ausgebildet. In Zeiten des Fachkräftemangels ist es für touristische Unternehmen wichtig, möglichst viele potenzielle Mitarbeitende zu erreichen. Aktivitäten, die zur Berufsorientierung von jungen Menschen beitragen und die vielfältigen Berufe der Reisebranche vorstellen, sind daher von hoher Bedeutung.

Eine Möglichkeit bietet der Boys' Day – ein vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend geförderter bundesweiter Aktionstag und das Äquivalent des Girls' Days. In einigen Bundesländern findet der Aktionstag auch als gemeinsamer „Zukunftstag“ für Schülerinnen und Schüler statt.

Die Teilnahme hat viele Vorteile für Unternehmen: von der regionalen Imagepflege und der Generierung von Aufmerksamkeit bis hin zur Kundenbindung sowie zur mittel- und langfristigen Gewinnung von Auszubildenden und Mitarbeitenden.

**In diesem Jahr findet der Aktionstag am 25. April 2024 statt. Über die Plattform [www.boys-day.de](http://www.boys-day.de) können Unternehmen kostenlos und einfach ein Angebot für den Aktionstag erstellen. Plakate und Flyer werden den teilnehmenden Unternehmen über die Plattform zur Verfügung gestellt.**

Einige DRV-Mitglieder haben in den vergangenen Jahren erfolgreich an dem Aktionstag teilgenommen. Johannes Ganser, Vorstand für Kooperations- und Reisevertrieb, Reisebetrieb, Personal und Compliance bei der HanseMerkur, erklärt dazu:

*„Der Girls' und Boys' Day ist für die HanseMerkur ein wichtiger Tag, an dem wir den Fachkräften von morgen die Vielfalt einer (Reise-) Versicherung näherbringen können. Es ist eine tolle Möglichkeit, die Teilnehmenden über die spannenden Tätigkeiten entlang der Wertschöpfungskette einer Versicherung von Mathematik über Marketing bis hin zur IT zu informieren. Gerade in den MINT-Berufen ist die frühzeitige Nachwuchsgewinnung wichtig, somit kommt der Girls' und Boys' Day wie gerufen. Im Rahmen einer großen Rallye quer durch das Unternehmen haben die Mädchen und Jungen die Chance, die HanseMerkur und ihre Berufsbilder kennenzulernen und sich hinsichtlich ihres Berufswunsches inspirieren zu lassen. Zudem hören wir wiederum die Perspektiven des Nachwuchses, von denen wir als (potenzieller) Arbeitgeber profitieren. Im Idealfall können wir die Kids dann ein paar Jahre später als Auszubildende oder dual Studierende bei uns in der Reiseversicherung begrüßen.“*

Sie haben noch nie an einem Aktionstag teilgenommen? Seien Sie mutig – wie das Lufthansa City Center Reisebüro Kopp in Eschborn, das dieses Jahr zum ersten Mal am Aktionstag teilnimmt. Personalentwickler Alexander Limbrock erklärt:

*„Wir engagieren uns beim Boys‘Day, da wir es als eine gelungene Möglichkeit erachten, Werbung für unsere Branche und eine Ausbildung zu machen. Wir haben dieses Jahr zwei Schüler, die einen Tag bei uns im Büro sind und von uns begleitet werden. Ich habe vorab mit beiden kurze Vorstellungsgespräche geführt, um es nicht zu leicht erscheinen zu lassen. An dem Tag selbst werde ich die Chance nutzen, um beiden unsere Arbeit zu zeigen, ihnen Einblick in die Technik zu geben und mit dem Arbeitsleben ein Stück vertraut zu machen.“*

Sie benötigen Inspiration, wie ein guter Aktionstag gelingen kann? Im Vorfeld des Aktionstages werden verschiedene Webinare angeboten, die Unternehmen Tipps für eine erfolgreiche Umsetzung bieten.

**Informieren Sie sich unter [www.boys-day.de](http://www.boys-day.de) wie ihr Unternehmen künftig am Aktionstag teilnehmen, junge Menschen bei der Berufsorientierung unterstützen und für eine Karriere in der Touristik begeistern kann.**

Stand: März 2024