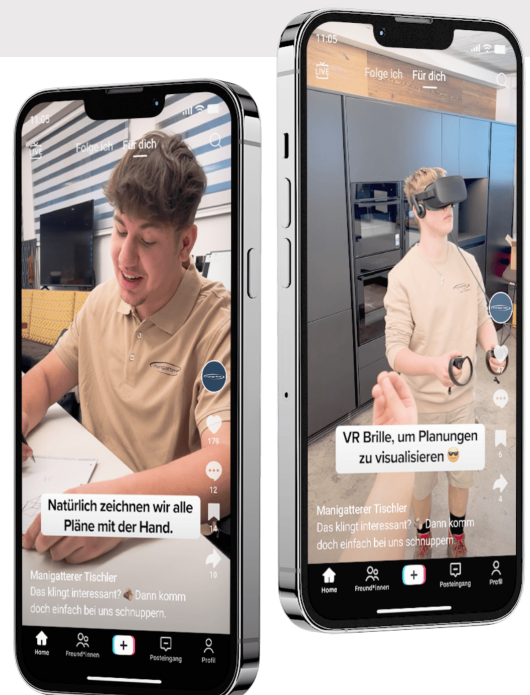


Lehrlinge als Corporate Influencer auf TikTok

Employer Branding in einer jugendlichen Zielgruppe

Lehrlingsrecruiting & Employer Branding via TikTok:

Ziel unseres neuen Auftritts auf der Kurzvideoplattform TikTok ist es, das Interesse von Jugendlichen am Lehrberuf Tischler:in zu wecken und durch Employer Branding in der jugendlichen Zielgruppe unseren Tischlereibetrieb Manigatterer als regionalen Lehrlingsmagneten zu positionieren. Rund 305.000 TikTok Videoaufrufe später konnten wir nicht nur zwei offene Lehrstellen innerhalb von drei Wochen besetzen, sondern erhielten auch viel direkten, persönlichen Zuspruch aus der jungen Zielgruppe.



01 | Über Manigatterer & unsere Ausbildungsphilosophie

Über uns | Manigatterer GmbH – Mein Tischler

Wir sind ein dynamisches und leistungsfähiges **Unternehmen für Inneneinrichtung in den Geschäftsfeldern Banken, Objekte und Wohnen**. Unser Familienunternehmen in zweiter Generation zeichnet sich durch langjährige Erfahrung, Flexibilität und hohe Fachkompetenz aus. Der Grundstein für über 60 Jahre Erfahrung der Manigatterer GmbH wurde 1961 von Martin Manigatterer mit dem Bau einer Tischlerei gelegt. 1997 übernahm Sohn Markus Manigatterer die Geschäftsleitung. Ein gut geschultes Team von 40 Mitarbeitenden (davon sechs Lehrlinge) unterstützt unsere Kund:innen bei der Planung und Umsetzung neuer Einrichtungskonzepte. Mit modernsten Verarbeitungstechniken im eigenen Produktionsbetrieb erarbeiten wir als „Komplettanbieter“ innovative Lösungen für die verschiedensten Bereiche. Unser Portfolio aus rund 28000 Referenzen umfasst daher neben dem öffentlichen Bereich, Banken und Büros, auch den gesamten Möbelbereich für Privatkund:innen. Das macht uns zum Ansprechpartner in allen Einrichtungsfragen. Unsere Mission dabei: Zukunftsorientierte und nachhaltige Einrichtungen, die an die Bedürfnisse und Wünsche unserer Kund:innen angepasst sind. | <https://www.manigatterer-tischler.at/>

Unsere Ausbildungsphilosophie

Lehrling bei Manigatterer kann werden, wer Interesse hat, die Fähigkeiten der Tischlerei bzw. Tischlereitechnik in den Bereichen Planung oder Produktion zu erlernen. Uns ist es ein Anliegen, den Jugendlichen in ihrer Lehre nicht nur die Möglichkeit zu bieten, die fachlichen Fähigkeiten zu erlernen, sondern auch sich persönlich zu entwickeln.

Um die gesteckten Ziele zu erreichen, ist es bei uns selbstverständlich, dass wir aktive Lehrlingsausbildung betreiben. Das bedeutet, dass wir die Fähigkeiten unserer Lehrlinge fördern und sie mit kleinen Goodies (z.B. Frequency Festivalpässe für jedes mit Auszeichnung abgeschlossenen Lehrjahr) zu bestmöglichen Leistungen motivieren. Sie lernen Teamfähigkeit, Flexibilität, zusammenhängendes Denken, Eigenständigkeit und Kreativität. Wir schaffen unseren Lehrlingen bestmögliche Ausbildungsbedingungen und lassen sie vom Erfahrungsschatz unserer langjährigen Mitarbeiter:innen profitieren.

Wir wissen, dass unser Handeln im Zuge der Lehrlingsausbildung den zukünftigen Erfolg unseres Unternehmens wesentlich mitentscheidet, und sehen unsere Lehrlinge als wertvolle Grundlage für zukünftigen Erfolg.



Über unseren Projektpartner spectory

spectory wurde 2018 mit dem Ziel gegründet, unterschiedlichste digitale Herausforderungen zu lösen. Mit anfänglichem Schwerpunkt auf Web- und Appentwicklung verlagerte das junge Team mit den Jahren seinen Fokus auf Kampagnenarbeit, Performance Marketing sowie visuelle Konzeption und konnte sich dabei stark auf Lead-Generierung und Recruiting spezialisieren. spectory versteht sich als Partner:innen ihrer Kund:innen und begleitet diese von der Projektplanung bis zum Launch und weit darüber hinaus. Neben Großunternehmen und familiengeführten KMUs zählen auch Organisationen aus dem öffentlichen Bereich auf die Expertise und die strategische Herangehensweise des Teams. | <https://spectory.at/>

02 | Inhaltliche Beschreibung unseres Good-Practice-Beispiels

Unsere Mission?

Lehrlingsrecruiting und Employer Branding auf TikTok

In Gesprächen mit Jugendlichen zeigte sich, dass der Beruf als Tischler:in teilweise als altmodisch wahrgenommen wird und von den Teenagern oft nicht in Betracht gezogen wird. Mit diesem Vorurteil des verstaubten Tischlerimages wollten wir aufräumen und dabei gezielt die jugendliche Zielgruppe ansprechen.

Wir haben es uns also zum Ziel gesetzt, das Interesse von Jugendlichen an den Lehrberufen Tischler:in und Tischlereitechniker:in zu wecken und neue Lehrlinge für den Tischlereibetrieb Manigatterer zu begeistern. Im Vordergrund steht dabei insbesondere die Stärkung der Employer Brand bei Jugendlichen in der lokalen Umgebung und die Positionierung von unseren Lehrlingen als Corporate Influencer auf TikTok.

Warum TikTok?

Um unser Ziel zu erreichen, wollten wir die jugendliche Zielgruppe genau dort ansprechen, wo sie sich täglich aktiv ist. Dabei wurde eines für uns deutlich: Wir möchten mit Employer Branding auf TikTok beginnen, denn ganze 65 Prozent der 11- bis 17-Jährigen in Österreich verwenden TikTok. 13 Prozent von ihnen sogar mehr als drei Stunden täglich.

Früher konzentrierten wir uns vermehrt auf traditionelle Ausschreibungen wie Stelleninserate auf unserer Website oder in Zeitungen. Leider waren damit nur bedingt erfolgreich und haben gemerkt, dass sich die junge Zielgruppe durch diese Ansätze nur wenig angesprochen fühlt.

Gemeinsam mit spectory haben wir dann den Shift zu Lehrlingsrecruiting auf TikTok gewagt. Die Mitarbeiter:innen von spectory und unsere Lehrlinge haben uns gezeigt: Bei der Kurzvideo-Plattform geht es längst nicht mehr nur um Tanzvideos. Teenager nutzen TikTok immer mehr wie eine Suchmaschine, um nach Informationen zu suchen und Wissen auf kurzweilige Weise zu konsumieren. Welche Berufe kann man bei uns erlernen? Wie kann man sich einen Arbeitstag im Lehrberuf Tischler:in vorstellen? Wie läuft ein Schnuppertag bei uns ab? All diese Fragen können auf TikTok mit unterhaltsamen aber gleichzeitig informativen Kurzvideos beantwortet werden.

Der Prozess?

Um die Kampagneninhalte gezielt auf die Präferenzen handwerklich interessierter Teenager auszurichten, wurde zu Beginn eine Zielgruppenbefragung durchgeführt. Dabei wurden einerseits junge Tischler:innen befragt, um deren Prioritäten im Arbeitsalltag besser zu verstehen und andererseits Jugendliche in Ausbildung interviewt, um herauszufinden, welche Kriterien bei der Auswahl einer Lehrstelle für sie besonders wichtig sind.

Mit den aus der Zielgruppenbefragung gewonnenen Erkenntnissen wurde gemeinsam mit spectory eine Contentstrategie entwickelt und evaluiert, welche Videoinhalte bzw. Trends sich für unseren Betrieb umsetzen lassen. Bei der Ideensammlung war es uns besonders wichtig, Jugendliche zu involvieren und ihr ehrliches Feedback zu den Videoideen einzuholen.

Geplant, getan. Bei dem darauffolgenden Videodreh wurden mit unseren engagierten Lehrlingen die ersten TikTok Videos vor Ort auf unserem Firmengelände produziert. Während des Drehs waren unsere Lehrlinge immer nur gemeinsam mit den Mitarbeiter:innen von spectory unterwegs. Dies war uns ein Anliegen, um sicherzustellen, dass sich die Lehrlinge ganz ehrlich über ihre Lehre bei Manigatterer äußern und eigenständig arbeiten können. Das Ergebnis waren authentische TikTok Videos, die nicht nur aktuelle Trends, sondern auch die wichtigsten Eckpunkte über die Lehre bei Manigatterer aufgreifen. Die Videos wurden dann über den neu erstellten TikTok Account @manigatterer_tischler verbreitet.

Hier ein paar Einblicke in die vergangenen Videodrehs:



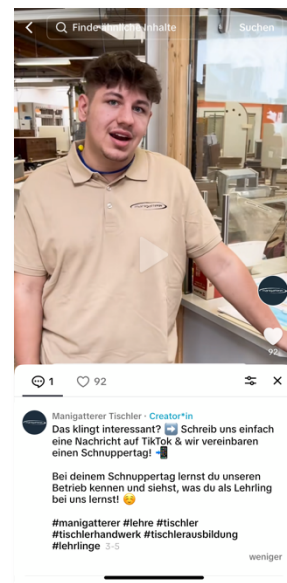
Der Bewerbungsprozess für Interessierte?

Interessierte Jugendliche haben die Möglichkeit, sich entweder mittels Direktnachricht auf TikTok für einen Schnuppertag in der Tischlerei zu melden oder sich mit nur wenigen Klicks über die mobil optimierte Karrierewebsite direkt über ihr Smartphone für eine Lehrstelle zu bewerben (<https://karriere.manigatterer-tischler.at/>). Der Schnuppertag steht dabei im Fokus, um einen einfachen Einstieg und ein entspanntes Kennenlernen der Tischlerlehre zu ermöglichen. Die Jugendlichen haben dabei die Gelegenheit unter Anleitung von einem unserer Lehrlinge ihr eigenes Vogelhaus zu bauen. Dadurch können sie gleich ein Gefühl für die Arbeit mit Holz bekommen und erste Einblicke in die Lehre gewinnen.

Sowohl die einfache Bewerbungsmöglichkeit über die für das Smartphone optimierte Landingpage als auch die Anmeldung zum Schnuppertag via TikTok zielen darauf ab, eine möglichst geringe Hürde für interessierte Teenager darzustellen. Für uns war es von Bedeutung, alle möglichen Barrieren im Bewerbungsprozess weitestgehend zu eliminieren, um den Einstieg in die Lehre zu erleichtern.

The image shows two side-by-side screenshots of a mobile-optimized website. The left screenshot is a landing page with the Manigatterer logo at the top. It features the text 'Ohne Lebenslauf & Motivationsschreiben bewerben!' and 'DEIN NEUER JOB BEI MANIGATTERER'. Below this, it asks 'Für welchen Job interessierst du dich?' and shows two options: 'TISCHLER:IN LEHRE' and 'TISCHLEREITECHNIKER:IN LEHRE'. At the bottom, it says 'WIE LÄUFT DER BEWERBUNGSPROZESS AB?' and 'ERSTER SCHRITT'. The right screenshot is a registration form titled 'Hallo, ich bin Maria! Gib deine Kontaktdaten ein, um dich zu bewerben!'. It contains input fields for 'Dein Vor- und Nachname*', 'Deine E-Mail Adresse*', 'Frühester Beginn*', 'Deine Telefonnummer*', and 'Dein Wohnort*'. There is a checkbox for 'Datenschutzbestimmungen gelesen und akzeptiert' and a 'Jetzt absenden' button at the bottom.

Mobil optimierte Karrierewebsite & Bewerbungsformular



Aufruf zur Schnuppertag-Anmeldung via TikTok

Die TikTok Videos?

Unsere TikTok Videos sind darauf ausgelegt, die junge Zielgruppe anzusprechen und mit fesselnden Hooks und aktuellen TikTok Trends ihre Aufmerksamkeit zu erwecken. Doch wie bereits erwähnt, sollen die Videos nicht nur unterhaltsam sein, sondern auch Inhalte zur Lehre vermitteln. Darum haben wir darauf geachtet, dass die TikToks sowohl aktuelle Trends als auch wichtige Eckpunkte über die Lehre in unserem Unternehmen aufgreifen.

Beispiele für unsere TikTokVideos:

TikTok zur unterhaltsamen Auflösung von Vorurteilen in der Tischlereibranche:

Gemeinsam mit den Lehrlingen wurden Vorteile, mit denen sie bereits konfrontiert wurden, aufgearbeitet und in ein unterhaltsames Video verpackt, welches einen TikTok Trend aufgreift. Dabei wurde immer zuerst das Vorurteil präsentiert, welches danach bildlich aufgelöst wurde.

Szene 1: Lehrling tut so, als würde er händisch sägen und sagt: „Ich bin Lehrling bei Manigatterer. Natürlich sägen wir alles mit der Hand.“ → [Vorurteil](#)

Szene 2: Lehrling sägt mit einer automatischen Kreissäge. → [Auflösung des Vorurteils](#)

TikTok zu den Vorteilen bei Manigatterer:

Das TikTok „Dinge, die bei Manigatterer einfach Sinn ergeben“ greift diesen TikTok Trend auf und hebt auf lustige Weise die Vorteile einer Lehre bei Manigatterer hervor – z.B. die Arbeit mit modernsten Maschinen.

TikToks zu den Schnuppertagen:

Die Lehrlinge laden Interessierte zu einem Schnuppertag ein. Zudem erklären sie in eigenen Worten, was sie an ihrer Lehre bei Manigatterer schätzen und was Interessierte beim Schnuppertag erwartet.

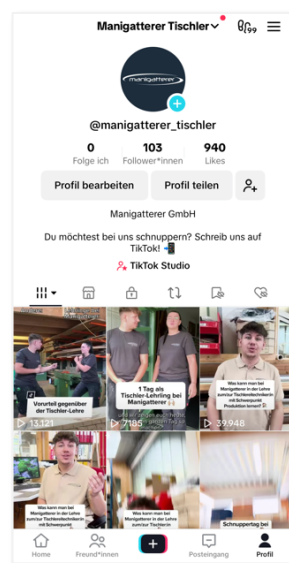
TikToks zu den Lehrinhalten einer Lehre als Tischler:in / Tischlereitechniker:in:

In diesen drei TikToks erklären die Lehrlinge kurz und bündig, was man im Zuge der Lehre als Tischler:in, Tischlereitechniker:in mit den Schwerpunkten Planung bzw. Produktion lernt. Dadurch sollen Jugendliche einen ersten Eindruck bekommen, was sie bei diesen Lehrberufen erwartet und deren Interesse geweckt werden.

Besuchen Sie gerne unseren TikTok Account:

https://www.tiktok.com/@manigatterer_tischler

Wichtiger Hinweis: Die letzten beiden Videos unseres TikTok Accounts (gepostet am 18.06.2024) sind nicht Teil unserer hier beschriebenen TikTok Initiative. Diese Videos wurden von unseren Lehrlingen eigenständig im Zuge der Staatspreiseinreichung für die Lehrlings-Reels gedreht.

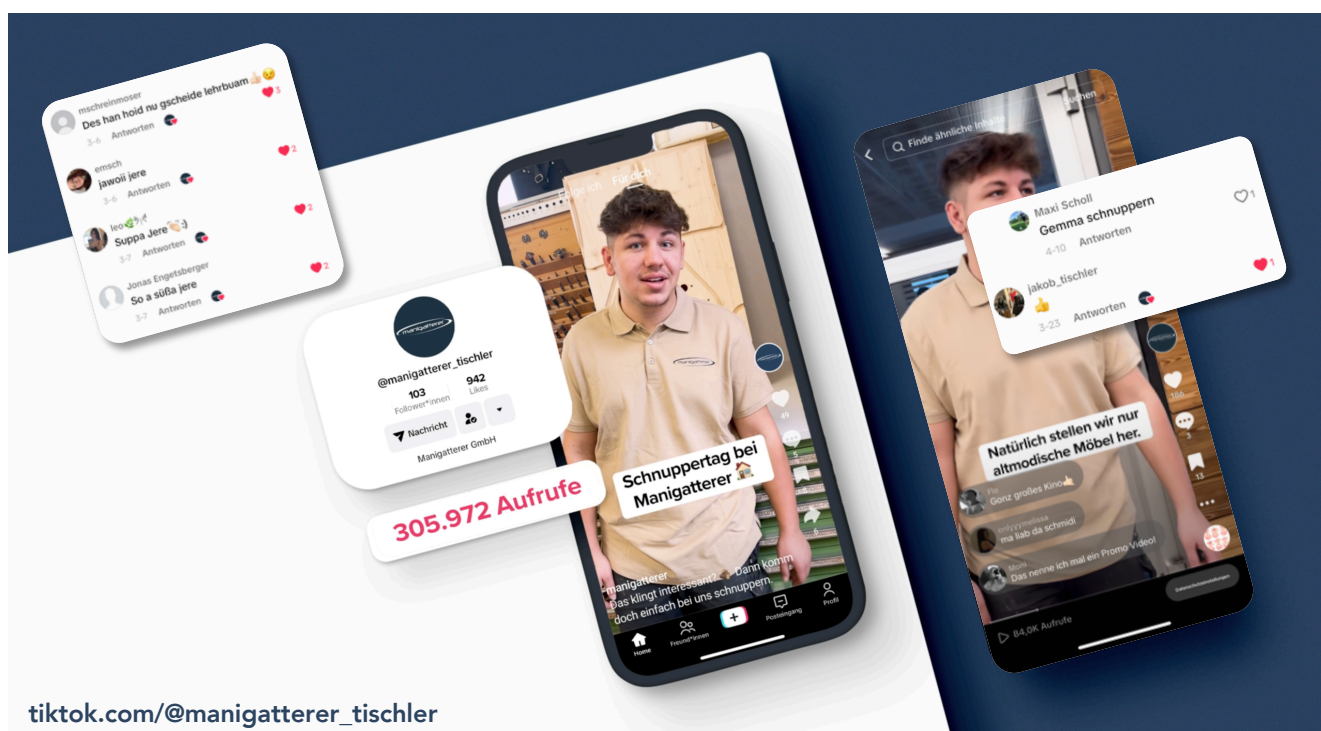


Die ersten Resultate?

Rund 305.000 TikTok Videoaufrufe und hunderte Likes später kann bereits ein äußerst positives Fazit der Initiative gezogen werden. Bereits in den ersten drei Wochen nach Upload der Videos erreichten uns die ersten Bewerbungen von interessierten Jugendlichen, woraufhin unsere zwei offenen Lehrstellen besetzt werden konnten. Ein derartiges Echo zu diesem Zeitpunkt hätten wir uns ehrlicherweise nicht erwartet. Doch nicht nur bei den quantitativen Kennzahlen konnte unsere Initiative überzeugen. Unser neuer TikTok Auftritt erhielt auch direkten, persönlichen Zuspruch aus der jungen Zielgruppe. Es freut uns besonders, dass die Inhalte nicht nur im Internet, sondern auch offline gefruchtet hatten und der Firmenchef von Manigatterer bei einem regionalen Frühlingstfest von Teenagern aus der Umgebung auf die coolen TikTok Videos angesprochen wurde. Das unterstreicht die Wirksamkeit unseres neuen Employer Brandings und motiviert uns am Ball zu bleiben.

Hier noch mehr ein paar Kennzahlen, die den Erfolg unseres TikTok Accounts unterstreichen:

- Mehr als 305.000 Videoaufrufe
- 942 Likes
- 48x zur erneuten Ansicht gespeichert
- 71x geteilt





Was können unsere Lehrlinge im Zuge des Projektes lernen?

Durch die Teilnahme an der TikTok-Produktion für unsere Firma können unsere Lehrlinge wertvolle Erfahrungen sammeln und Fähigkeiten entwickeln. Neben der Abwechslung zum Arbeitsalltag und dem Motivationsboost unterstützt das Projekt auch die persönliche Entwicklung der Lehrlinge.

- **Eigenständigkeit:** Das Projekt stärkt die Lehrlinge in ihrer Fähigkeit selbstständig an Projekten mitzuwirken und eigene Ideen zu präsentieren.
- **Kreativer Input:** Die Lehrlinge können ihre kreativen Ideen einbringen und lernen, innovative Inhalte zu erstellen und umzusetzen.
- **Teamarbeit:** Die Zusammenarbeit im Team wird gestärkt, da die Lehrlinge gemeinsam an der Produktion der Videos arbeiten.
- **Präsentation des Betriebs nach außen:** Sie lernen, wie sie das Unternehmen attraktiv präsentieren können.
- **Social Media Kompetenzen:** Die Lehrlinge erwerben durch die Kooperation mit spectory Kenntnisse im Bereich Social Media Marketing und lernen, wie sie Plattformen wie TikTok effektiv nutzen können.
- **Selbstbewusstsein:** Die aktive Beteiligung und Präsentation vor der Kamera stärkt ihr Selbstbewusstsein und ihre Präsentationsfähigkeiten.

03 | Die größte Herausforderung

Die größte Herausforderung lag am Anfang des Projekts, denn zu Beginn gab es Zweifel, ob TikTok überhaupt zu Manigatterer passt. Die Entscheidung, auf einer Plattform aktiv zu werden, die vorwiegend für unterhaltsame Inhalte bekannt ist, musste gut überlegt sein. Unser Ziel war es schließlich, nicht nur zu unterhalten, sondern auch informativ zu sein. Die Gespräche mit spectory, die bereits Erfahrung der Präsenz von Unternehmen auf TikTok hatten, überzeugten uns jedoch, diesen Schritt zu wagen. Wir haben es nicht bereut, sondern sind nun froh, dass wir uns von unserer anfänglichen Skepsis nicht bremsen ließen.

Aller Anfang ist schwer. Die Entscheidung war zwar getroffen, aber nun mussten wir uns erstmals auf der neuen Plattform zurechtfinden. Die nächste große Herausforderung lag daher darin, moderne TikTok Trends und informative Inhalte ausgewogen zu kombinieren und TikTok Trends richtig umzusetzen. Besonders bei Trends, wie dem „Natürlich“-Trend, der bewusst mit Ironie spielt, war Vorsicht geboten. Wenn man diesen TikTok Trend nicht richtig interpretiert, könnte es leicht passieren, versehentlich ins Fettnäpfchen zu treten und das Unternehmen ungewollt von TikTok Usern belächelt wird. Daher war es wichtig, Trends mit viel Fingerspitzengefühl und im Sinne unserer Firmenidentität umzusetzen. In Zusammenarbeit mit spectory waren wir folglich bei der Ideenfindung bedacht und haben uns darauf fokussiert, mögliche Fauxpas im Vorhinein zu erkennen und zu umgehen. Ein wichtiges Learning war in diesem Zuge auch, dass Inhalte, welche auf der Social Media Plattform Instagram funktionieren, nicht auch zwangsläufig auf TikTok erfolgreich sein werden. Jede Plattform hat ihre eigenen Dynamiken, und es braucht Zeit, diese zu verstehen und anzuwenden.

04 | Ein Tipp für andere Lehrbetriebe

Trauen Sie sich! Seien Sie kreativ und starten Sie Employer Branding, das junge Menschen begeistert, Lehrberufe zu erlernen.

Wie viele andere Unternehmen hatten auch wir Probleme damit, laufend gute Lehrlingsbewerbungen zu erhalten. Das liegt größtenteils daran, dass Jugendliche nicht auf klassische Werbung reagieren und, dass selbst renommierte Unternehmen in der jungen Zielgruppe zu unbekannt sind, um als Ausbildungsbetrieb in Betracht gezogen zu werden. Doch die Jugendlichen sind die Zukunft unserer Betriebe, daher müssen sie dort angesprochen werden, wo sie sich täglich aufhalten. TikTok hat sich hier für uns als erfolgsbringende Plattform erwiesen. Nicht zuletzt, weil sie von zahlreichen Jugendlichen in Österreich, oft sogar mehrere Stunden täglich, genutzt wird. Mit Facebook Inhalten oder Zeitungsinseraten werden wir die Lehrlinge von morgen nicht mehr erreichen. Daher bietet TikTok eine einzigartige Gelegenheit, potenzielle Lehrlinge auf Ihr Unternehmen aufmerksam zu machen & Ihr Ausbildungsangebot auf eine jugendgerechte Art & Weise zu präsentieren.

Trauen Sie sich und vor allem trauen Sie Ihren Lehrlingen etwas zu!

Geben Sie ihnen Verantwortung ein ähnliches Projekt mit Unterstützung umzusetzen, eigene Ideen einzubringen und das Unternehmen nach außen zu präsentieren. UND hören Sie auf die jungen Mitarbeiter:innen. Diese wissen, wie Trends umgesetzt werden sollen, was cool und was peinlich ist. Ansonsten kann es schnell einmal passieren, dass ein Trend falsch umgesetzt wird und man sich via TikTok unabsichtlich lustig über das eigene Unternehmen macht, obwohl man es eigentlich loben wollte.

05 | Feedback von Lehrlingen & Ausbildner:innen



Lehrlingsausbildner & Produktionsleiter

Gerhard Pauzenberger

Ich freue mich, wenn ich sehe, wie unsere Lehrlinge Social Media nutzen, um Jugendliche für ihren Beruf zu begeistern. Es ist schön zu sehen, wie sie sich in der Lehrzeit nicht nur fachlich, sondern auch persönlich entwickeln.



Junior Chefin

Stefanie Manigatterer

Beim Dreh der TikTok Videos konnten die Lehrlinge selbst ihre Sicht zum Beruf auf lustige und kreative Weise zeigen. Das Feedback zu den Videos und den Lehrlingen kam von allen Seiten und war großartig.



Tischlereitechnik-Lehrling

Anna Hochholzer

Es macht echt Spaß, in den TikToks mitzuwirken und anderen Teenagern damit zu zeigen, wie spannend & abwechslungsreich unser Beruf ist. Ich bin stolz, dass ich unseren Betrieb auf diese Weise repräsentieren darf.



Tischler-Lehrling

Jeremias Ries

Cooler Abwechslung zum Arbeitsalltag! TikToks zu drehen macht nicht nur Spaß, sondern zeigt anderen Jugendlichen, warum unsere Firma eine tolle Wahl für die Lehre ist.

06 | Selbsteinschätzung

Im Zuge dieser Initiative sind wir stolz drauf, dass unsere Lehrlinge die Möglichkeit bekommen, Eigeninitiative zu zeigen und selbstständig bei den TikTok Videodrehs mitarbeiten können.

Besonders stolz macht uns jedoch, dass unsere Lehrlinge wiederum stolz sind, bei uns zu arbeiten. Wir legen großen Wert darauf, dass sich unsere Lehrlinge bei uns wohlfühlen und sich wertgeschätzt fühlen. Diese Initiative hat uns darin bestätigt. Einerseits, weil es uns sehr freut zu sehen, dass unsere Lehrlinge unser Unternehmen nach außen hin mit Stolz und Freude repräsentieren. Andererseits, weil wir froh darüber sind, dass sich die Lehrlinge durch das Projekt wertgeschätzt fühlen, weil sie als „DAS Aushängeschild“ für unser Unternehmen in der jungen Zielgruppe fungieren dürfen.

Wir als Manigatterer GmbH sollten den Staatspreis gewinnen, um unseren Lehrlingen eine besondere Anerkennung für Ihren Einsatz zu ermöglichen und um aufzeigen, welche Chancen TikTok auch für andere Unternehmen bieten kann. Wir möchten dadurch verdeutlichen, dass man der jungen Zielgruppe etwas bieten sollte, um sich als Top-Lehrlingsarbeitgeber zu positionieren und sich von anderen Unternehmen abzuheben. Wir als Unternehmen sollten einen Schritt auf die Jugendlichen zugehen und ihnen auf diese Weise zeigen, dass wir sie als neue Talente in unseren Unternehmen schätzen.

Damit möchten wir ein Zeichen setzen, dass man als Unternehmen sich aus seiner Komfortzone trauen darf. Setzen wir gemeinsam auf moderne Medien und wagen uns in unbekannte Gewässer.

07 | Feedback zur Einreichung via Social Media

Ganz besonders freuen uns auch die vielen positiven und unterstützenden Kommentare zu unserem TikTok Employer Branding sowie unserer Einreichung beim Staatspreis via LinkedIn, Facebook und Instagram.

Manigatterer GmbH · 1.
23 Std. · 🌐

Behind the scenes beim letzten Videodreh für unseren TikTok-Lehrlingsaccount und unsere Einreichung beim #staatspreis „Beste Lehrbetriebe - Fit for Future 2024“.

Tina Schlager · Sie · 23 Std. ...
Performance Marketing Managerin
Ein großes Lob an die Lehrlinge! Es macht Spaß zu sehen, wie motiviert und gekonnt sie Manigatterer repräsentieren. 🙌

Valentin Koch · 1. · 23 Std. ...
Digitale Kampagnen, die Ihr Unternehmen stärken.
Die nächsten Manigatterer-Superstars am Werk! 🙌

Sie und 16 weitere Personen · 2 Kommentare

Manigatterer_Tischler
Gepostet von Tina Schlager · 14. Juni um 11:30

Behind the scenes beim letzten Videodreh für unseren TikTok-Lehrlingsaccount und unsere Einreichung beim #staatspreis „Beste Lehrbetriebe - Fit for Future 2024“.

Ein großes Dankeschön gilt unseren Lehrlingen, die wie immer top-motiviert und mit vollem Einsatz am Start waren.

Was dabei rausgekommen ist? Das seht ihr bald auf unserem TikTok Account manigatterer_tischler.

Meine Lehre, mein Tischler.

#staatspreis #fitforfuture #karrieremitlehre

Verena Kappes
Ganz viel Erfolg, ich drücke euch die Daumen 🍀

Katrin Kaltenböck
Drück euch fest die Daumen 🍀



manigatterer_tischler

#staatspreis #fitforfuture #karrieremitlehre
5 Tage

Neueste

tina_schlager_ Ganz viel Erfolg, ich drück euch die Daumen. 🍀

kapperena viel erfolg! 🍀

valentinokoch15 Lets go! 🙌 für alle dies noch nicht gesehen haben, der TikTok Account ist eine Empfehlung 🙌

scheuringervta 🙌

evalehner68 So coole Lehrlinge! 🙌

lisamarie.mani_ehrlich, ihr seids solche stars! Freu mich schon wieder auf die Videos 🙌 und ein paar Lacher! 🙌

Gefällt kapperena und 31 weitere Personen
Vor 5 Tagen

Kommentieren ... · Posten