

Konzept Fachgruppe «Berufsmarketing»

Inhaltsverzeichnis

1. Ziel der Fachgruppe	2
2. Zielgruppe	2
3. Struktur und Organisation	2
4. Angebot	2
4.1 Fachgruppentreffen und Workshops	2
4.2 Wissensaustausch und Best Practices	3
4.3 Mentoring und Unterstützung (optional)	3
4.4 Spezialisierte Arbeitsgruppen (optional)	3
5. Finanzierung und Ressourcen	3
6. Kommunikation	3

1. Ziel der Fachgruppe

Oberstes Ziel der Fachgruppe Marketing ist der **Erfahrungsaustausch zur Bekämpfung des Fachkräftemangels** und die **Steigerung der Attraktivität der Baubranche**. Im offenen Austausch diskutieren die Mitglieder über verschiedene Marketingstrategien, Herausforderungen und Lösungen. **Auf diese Weise werden Ideen nicht nur weitergegeben, sondern weiterentwickelt** – wo sinnvoll auch in spezifischen Arbeitsgruppen.

2. Zielgruppe

Die Fachgruppe richtet sich an folgende Personen aus dem Bauhauptgewerbe:

- Marketingfachleute aus mittleren und grösseren Unternehmen
- HR-Personen und Assistent:innen GL
- Geschäftsführer:innen aus kleineren Unternehmen
- Berufsbildner:innen (die im Unternehmen einen grossen Beitrag an die Berufswerbung leisten)

3. Struktur und Organisation

- **Leitungsteam:** Der Berner Baumeisterverband übernimmt die Organisation und Koordination der Fachgruppe.
- **Arbeitsgruppen:** Es können nach Bedarf Arbeitsgruppen erstellt werden, die sich zu einem bestimmten resp. zu verschiedenen Themen auseinandersetzen, die eine gezieltere Marketingstrategie in Unternehmen fördern.
- **Workshops:** Das Know-how aus der Fachgruppe oder der Output aus den Arbeitsgruppen und Treffen kann als Workshop für alle Mitglieder dienen. Die wichtigsten Erkenntnisse können aber auch in einem Jahresbericht, in einem Blog, in anderen Gremien o.ä. Formaten an Dritte weitergegeben werden.

Die Sitzungen werden hybrid organisiert. Regeln zu hybriden Sitzungen werden zu einem späteren Zeitpunkt festgelegt.

4. Angebot

4.1 Fachgruppentreffen und Workshops

- **Kick-Off Meeting:** Einführungstreffen, um die Vision und Ziele der Fachgruppe vorzustellen und erste Themen zu identifizieren.
- **Halbjahrestreffen:** Präsentationen von Mitgliedern oder vom Berner Baumeisterverband zu aktuellen Marketingtrends, Best Practices, Herausforderungen etc., Weiterbearbeitung von Themen, die an letzter Sitzung identifiziert wurden – sofern noch nicht abgeschlossen.
- **Workshops*:** Praxisorientierte Veranstaltungen, bei denen konkrete Marketingtechniken und -tools vorgestellt und geübt werden.

4.2 Wissensaustausch und Best Practices

- **Online-Plattform:** Ein Kanal auf Microsoft Teams (Gremium), auf welchem Dokumente, Präsentationen und Artikel geteilt werden können. Auf der Plattform können auch Fragen gestellt werden, zudem dient sie als Forum.

4.3 Mentoring und Unterstützung (optional)

- **Mentorenprogramm:** Marketingfachleute bieten ihre Unterstützung als Mentor:innen für weniger erfahrene Kolleg:innen an.
- **Peer-to-Peer:** Möglichkeit für Mitglieder der Fachgruppe, sich gegenseitig bei spezifischen Herausforderungen zu unterstützen (z. B. Unterlagen zur Verfügung stellen).

4.4 Spezialisierte Arbeitsgruppen (optional)

- **Digitale Marketingstrategien:** Fokus auf die neuesten digitalen Tools und Plattformen (digitale Marketingtrends).
- **Employer Branding:** Entwicklung von Strategien zur Positionierung von Bauunternehmen als attraktive Arbeitgeber.
- **Content Marketing:** Konzeption, Erstellung und Verbreitung von relevantem und wertvollem Content fürs Bauhauptgewerbe Kanton Bern, um die Zielgruppen zu erreichen.

5. Finanzierung und Ressourcen

Der Baumeisterverband budgetiert für Fachgruppen jeweils einen Fixbetrag pro Jahr. Für die Fachgruppe gilt grundsätzlich, nur minimale externe Kosten zu verursachen (z. B. für Verpflegung, je nach Länge der Sitzung). Dafür sollten jedoch interne Ressourcen verwendet werden. Zusätzliche Workshops, welche Marketing-Themen oder verwandte Themen aufgreifen, können kostenpflichtig sein.

6. Kommunikation

Die Fachgruppe wird mittels Newsletter bekannt gemacht und ebenfalls in bestehenden Gremien-Kanälen oder per E-Mail kommuniziert.