

20.09.2022 - 14:15 Uhr

OBI Studie und Azubi-Markt-Programm unterstreichen Verantwortungsgefühl der jungen Generation



Wermelskirchen (ots) -

Ein neues Gemeinschaftsgefühl, das Erleben von Selbstwirksamkeit und das Wissen, auf die eigene Ausbildung nachhaltig vertrauen zu können: All diese Erfahrungen haben rund 450 OBI Auszubildende gemacht, die in diesem Sommer eigenverantwortlich einen OBI Markt betreuen durften. Aber nicht nur die nächste Generation der Baumarkt-Manager/innen, sondern auch die Kund/innen der von ihnen betreuten Märkte profitieren vom erprobten Konzept des OBI Azubi-Marktes: zeigt es doch, dass eine Generation heranwächst, die sich ihrer gesellschaftlichen und ökologischen Verantwortung sehr bewusst ist. Das unterstreicht auch eine aktuelle Studie, die das Marktforschungsinstitut rheingold im Auftrag von OBI durchgeführt hat.

"Alles machbar" lautet das Motto von OBI. Das bedeutet auch, andere dazu zu befähigen, Dinge konsequent und ganzheitlich umzusetzen. Exakt diese Botschaft sendet OBI mit dem Konzept des Azubi-Marktes aus.

Im Azubi-Markt verantwortet ein Team aus Auszubildenden der OBI Zentrale in Wermelskirchen, aus Studierenden des dualen Studiengangs mit dem Schwerpunkt Handel sowie aus den verschiedenen OBI Märkten für zwölf Tage lang komplett eigenständig einen OBI Markt. Das eigentliche Team inklusive Marktleitung ist in diesem Zeitraum im Urlaub oder arbeitet in einem anderen OBI Markt.

OBI stellt Fachwissen, Qualifikation und Sozialkompetenz in den Mittelpunkt der Ausbildung

Das Azubi-Markt-Programm, das OBI einmal jährlich durchführt, verdeutlicht, welchen Wert die OBI Gruppe auf Qualifikationen wie Teamfähigkeit und Handlungskompetenz legt - und wie sehr sie auf die Qualität ihrer Ausbildung vertraut. So lagen nicht nur alle operativen Aufgaben in den Händen der Juniorenteams, vielmehr durften die Azubis in den diesjährigen vier OBI Azubi-Märkten in Weinheim, Hilden, Merseburg und Würzburg auch eigene Projekte, soziale Aktivitäten, regionale Spendenaktionen und Events für die zahlreichen Kund/innen planen. Neben den vier Azubi-Märkten in Deutschland führten auch in der österreichischen Hauptstadt Wien Auszubildende eigenständig einen OBI Markt.

"In der Ausbildung bei OBI legen wir nicht nur großen Wert darauf, das notwendige Fachwissen zu vermitteln, sondern fördern und begleiten junge Menschen in ihrer persönlichen Entwicklung. Für die Auszubildenden und dual Studierenden ist der Azubi-Markt jedes Mal ein Highlight während ihrer Ausbildungszeit. Sie arbeiten eigenverantwortlich, sind mit Spaß bei der Sache, vertiefen ihr Wissen und entdecken ganz neue Talente an sich", sagt Meike Gansert, Teammanagerin Ausbildung/DH-Studium bei OBI.

1.948,49 EUR für den guten Zweck

Und diesen Gestaltungsauftrag nahmen die rund 450 Auszubildenden, im Schnitt 18 bis 24 Jahre alt, dankbar an. Mit vielen sozialen und nachhaltigen Projekten wie Spendenaktionen für das Kinder- und Jugendhospiz Regenbogenland (Hilden) und die Caritas (Weinheim), einer Wasserbahn und einem Sinnespfad für den Kindergarten (Weinheim) sowie Kindermöbeln und einer Wandbegrünung für das Mehrgenerationenhaus (Merseburg) und einer mobilen Minigolfbahn für das Seniorenheim (Würzburg) unterstrichen die Juniorenteams, wie wichtig ihnen Gemeinschaft und ein verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt ist. Die vier Juniorenteams übergaben eine Spendensumme von 1.948,49 EUR an die Einrichtungen.

Franz-Peter Tapaß, OBI Vorstand und Chief Sales Officer, sagt: "Wir sind mit diesem Format im DIY Bereich schon seit Jahren einzigartig. Dieses Jahr hat mir erneut gezeigt, wie wichtig es ist, jungen Menschen Verantwortung zu übergeben und ihnen einfach noch mehr zuzutrauen. In allen Märkten wurden individuelle und anspruchsvolle Situationen gemeistert und neue Talente in den eigenen Reihen entdeckt. Während meiner Besuche der Azubi-Märkte habe ich mich mit vielen Auszubildenden und Studierenden ausgetauscht. Es begeistert mich, mit welcher Leichtigkeit, mit welchem Selbstbewusstsein und Enthusiasmus die Aufgaben in den Azubi-Märkten übernommen und bewältigt wurden. Wir sind sehr stolz auf unseren OBI Nachwuchs."

OBI Studie unterstreicht Macher-Mentalität und soziale Verantwortung

Dieses Verantwortungsbewusstsein offenbaren die Jugendlichen nicht nur in der Praxis, es lässt sich auch wissenschaftlich belegen: So zeigt die repräsentative Kinder- und Jugendstudie, die das Marktforschungsinstitut rheingold im Auftrag von OBI durchgeführt hat, dass eine Generation heranwächst, die sich ihrer gesellschaftlichen Verantwortung für eine lebenswerte Zukunft sehr bewusst ist.

1.017 Jugendliche aus Deutschland und Österreich im Alter zwischen 13 und 18 Jahren hat rheingold zwischen April und Mai 2022 online zu ihrer Lebenswelt und der Einstellung zu DIY befragt. Zusätzlich wurden 42 qualitative Interviews durchgeführt. Das Ergebnis: 76 Prozent der Befragten sorgen sich, um die Zukunft der Erde und bezeichnen Nachhaltigkeit (87 Prozent) und einen verantwortungsvollen Umgang mit der Natur (88 Prozent) als sehr und eher wichtig.

DIY-Kultur fördert umfassende Kreativität

Als einen möglichen Ausgleich für diesen von den Jugendlichen wahrgenommen Zukunftsdruck, identifiziert die Studie das Feld der Do-it-yourself-Projekte (DIY). Diese sind für Jugendliche ein Mittel, um aus der digitalen Welt auszubrechen und sich produktiv und kreativ selbst zu betätigen.

Eine Erkenntnis, die für OBI als Möglichmacher seiner - gerade auch jungen - Kund/innen eine besondere Relevanz hat: 74 Prozent der Gen Z sind der Meinung, dass sie zu viel Zeit mit ihrem Smartphone verbringen und sie mit DIY die Möglichkeit haben, sich selbst auszudrücken. 70 Prozent der jungen Menschen reizt an der DIY-Bewegung vor allem der finale Werkstolz und 64 Prozent haben vor allem Spaß daran, ihre eigenen Vorstellungen nachhaltig zu verwirklichen.

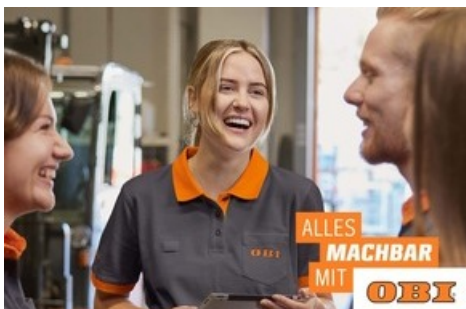
Mit vielfältigen Ausbildungs- als auch mit Serviceangeboten, die von der Inspiration für DIY-Projekte bis zu mehrsprachigen DIY-Videos reichen, wird OBI auch künftig die junge Generation darin unterstützen, gesellschaftliche und ökologische Verantwortung zu übernehmen und sich zugleich mit DIY einen persönlichen Ausgleich zu schaffen.

Alle Informationen, Stellenangebote rund um Ausbildung und Studium bei OBI finden sich unter <https://ausbildung.obi.de/>.

Pressekontakt:

OBI Group Holding SE & Co. KGaA
Albert-Einstein-Str. 7-9
42929 Wermelskirchen
Tel: 02196/ 76 0
Fax: 02196/ 76 1019
E-Mail: presse@obi.de

Medieninhalte



Mit vielfältigen Ausbildungs- als auch mit Serviceangeboten, die von der Inspiration für DIY-Projekte bis zu mehrsprachigen DIY-Videos reichen, unterstützt OBI auch künftig die junge Generation darin, gesellschaftliche und ökologische Verantwortung zu übernehmen und sich zugleich mit DIY einen persönlichen Ausgleich zu schaffen. / OBI Studie und Azubi-Markt-Programm unterstreichen Verantwortungsgefühl der jungen Generation / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/163911 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100090988/100895217> abgerufen werden.