

## **NIKKI legt richtig los.**

*Bonn, im Februar 2018.* Die Gründer von NIKKI, der Nachwuchsinitiative der Kälte-Branche, haben Ende 2017 in der „Zukunftswerkstatt“ an der Kältefachschule in Niedersachswerfen intensiv zum Thema Nachwuchs diskutiert. Aus einer Vielzahl an Impulsen und Ideen, wie man dem wachsenden Fachkräftemangel begegnen kann, werden jetzt von der NIKKI Gründergruppe erste konkrete Maßnahmen in die Tat umgesetzt.

Erste Umsetzung: Auf der Nachwuchsmesse HORIZON in Stuttgart haben sich Isabell Walter von Cool Italia und der Redakteur Dirk Rehfeld von „Die Kälte“ Ende Januar ein Wochenende lang den Fragen von Schülern und Abiturienten gestellt und Interesse für die Kälte-Branche geweckt. „Ausgestattet mit Materialien von NIKKI, dem BiV, von der ESaK und Adressen von ausbildenden Betrieben der Region Stuttgart, konnten wir den Grundgedanken der NIKKI Initiative - einen Wahrnehmungswandel für die Kälte-Branche zu bewirken - tatkräftig umsetzen,“ freut sich Isabell Walter.

Eine besonders intensiv diskutierte Idee, die NIKKI ins Leben rufen wird, ist ein sogenannter „Tag der Kälte“. Die Grundidee: Auf der breit angelegte Informations-Veranstaltung, sollen alle Branchen-Beteiligte, ob Schulen, Institutionen, Medien, Handwerk und Industrie gemeinsam auftreten und mit dem potentiellen Nachwuchs, Schüler, Studenten oder Quereinsteiger und deren Einflusspersonen, wie Lehrer und Eltern in Kontakt gebracht werden.

„Ein ‚Tag der Kälte‘ würde von den NIKKI Akteuren in vielfältiger Weise aktiv unterstützt“, sagt Dr. Matthias Schmitt, Geschäftsführer des ZVKKW. „Diese Unterstützung könnte so aussehen, dass NIKKI kleineren Handwerksbetrieben in ihrem lokalen Umfeld bei der Organisation, durch Hilfestellungen bei der Kommunikation zum Beispiel durch vorbereitete Pressemeldungen oder Anzeigenvorlagen für die regionale Tagespresse bei der Umsetzung zur Seite steht“. Derzeit analysiert eine NIKKI Arbeitsgruppe, welche Wege andere Branchen eingeschlagen haben und die vielversprechendsten Ansätze für die Kältebranche werden gesammelt.

„Zunächst gehen wir aber pragmatisch an die Sache heran und beginnen dort, wo mehrere NIKKI Gründerunternehmen ihren Sitz haben und die vorhandene Infrastruktur und räumliche Nähe genutzt werden kann.“ so Dr. Matthias Schmitt vom ZVKKW, „aber mit wachsender Zahl zahlender NIKKI Partner werden wir die Maßnahmen zukünftig auf ganz Deutschland übertragen.“

Wichtig ist dem ZVKKW Geschäftsführer dabei immer wieder zu betonen, dass es nicht darum geht, NIKKI bekannt zu machen, oder NIKKI gar eine weitere Kampagne darstellt, sondern dass NIKKI sich als im Hintergrund agierende Initiative der gesamten Branche zur Förderung und Stärkung der Branchenwahrnehmung

## **PRESSEINFORMATION**

---

versteht. Und: Selbstverständlich müssen noch viele Branchenteilnehmer mehr als bisher aktiv die Nachwuchsinitiative mittragen und unterstützen.

Aber auch auf anderen Ebenen stehen konkrete Maßnahmen an: Eine Intensivierung der Beziehungen zu Schulen vor Ort wird zur Zeit konkret für die Chillventa 2018 vorbereitet. Die Aufgabe: Schulen der Region im Raum Nürnberg rund um die Chillventa sinnvoll in Aktionen rund um das Messegeschehen einzubinden. Zudem wird NIKKI gemeinsam mit der KK beim Azubi-Treff eine Umfrage zum Thema „Entscheidungswege bei der Berufswahl“ starten, mit dem Ziel, ein tieferes Verständnis der Entscheidungsfindung und Einflussfaktoren von Schülern und Abiturienten bei der Berufswahl zu gewinnen.

Darüberhinaus sollen Informationsmaterialien entwickelt werden, die sowohl Berufseinstieg wie auch Karriere-Möglichkeiten in der Branche aufzeigen. Besondere Branchen-Lebensläufe als Beispiele aber auch die Fülle der schulischen Angebote, vom Mechatroniker für Kältetechnik über das duale Studium bis hin zum Quereinstieg für Ingenieure in die Branche sollen anschaulich dargestellt werden. „Da besteht, nach unseren Erfahrungen auf der HORIZON Messe, sehr konkreter Bedarf,“ so Isabell Walter.

Und die Liste der weiteren Ideen, die nach und nach konkretisiert werden ist lang. Ob Social Media, Influencer-Marketing oder den Tag der Kälte. Über vieles wird nachdacht. Konkret abgeklopft werden derzeit die Möglichkeiten für einen Filmwettbewerb zur Darstellung der Branche insgesamt. Langfristig betrachtet könnte zu diesen Aufgaben eine übergreifende Stelle über alle Verbände geschaffen werden, die sich ausschließlich um das Thema Nachwuchswerbung kümmert.

### **WAS IST NIKKI:**

NIKKI ist die Nachwuchsinitiative der Kälte-Klima-Branche, getragen vom ZVKKW e. V. und vertreten durch Gründer, Mentoren und Partner, mit dem Ziel die Wahrnehmung der Branche in der Bevölkerung zu verbessern.