

Zeitschrift: bulletin.ch / Electrosuisse
Herausgeber: Electrosuisse
Band: 108 (2017)
Heft: 6

Artikel: "High Voltage" : Marketing für Netzelektriker = "High Voltage" :
Marketing pour les électriciens de réseau
Autor: Biser, Toni
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-791324>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 27.04.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

«High Voltage»: Marketing für Netzelektriker

Berufswerbung für Netzelektriker/in EFZ | Das Berufsbild «Netzelektriker/in EFZ» ist bei Berufsberatern, Eltern und Jugendlichen kaum bekannt. Die Branche richtet sich nun mit verstärkten Marketing-Massnahmen im «High Voltage»-Auftritt an eine erweiterte Zielgruppe.

TEXT TONI BISER

Die Trägerschaft «Berufsbildung Netzelektriker/in» setzt 2017 ihr Konzept zum Berufs-Marketing für Netzelektrikerinnen und -elektriker um. Bereits 2013, vor dem Start der neuen Grundbildung, hatte die Trägerschaft mehrere Einzelmassnahmen umgesetzt.[1] Das aktuelle Berufs-Marketing-Konzept schliesst nun letzte Lücken. Eine Umfrage [2] in der Branche offenbarte auf dem Stellenmarkt eine angespannte Situation und entsprechenden Handlungsbedarf. Im Bereich Netzelektrik fehlen in der Schweiz rund 300 Fachkräfte.

Der Leitungsausschuss der Trägerschaft hat daher auf allen Bildungsstufen zusätzliche Massnahmen diskutiert. Die Bandbreite reichte dabei von einer Intensivierung des Berufs-Marketings, über das Angebot von Umschulungen, um Elektriker auf die Tätigkeit im Netz vorzubereiten bis zum Ausbau der Angebote an Vorbereitungskursen auf die Berufs- und höheren Fachprüfungen.

Quantitative Ziele formuliert

Unbestritten war, dass die Bemühungen im Berufs-Marketing neuen Schub brauchen. Eine Arbeitsgruppe unter der Leitung Giampaolo Mamelis, Präsident des Leitungsausschusses, hat ein entsprechendes Konzept erarbeitet. In diesem Konzept wurden drei quantitative Ziele formuliert:

- Die Zahl der Jugendlichen, die sich für den Beruf Netzelektriker interessieren, soll sich innert drei Jahren um 20% erhöhen.
- Bis zum Beginn des Schuljahres 2018/19 soll sich die Zahl der unterschriebenen Lehrverträge um 10% erhöhen.

• Bis Ende 2017 soll sich die Anzahl Unternehmen (Mitglieder der Trägerschaft), die Netzelektrikerinnen und -elektriker ausbilden, um 5% erhöhen.

Die Arbeitsgruppe richtete das Konzept bewusst sehr breit aus und will damit Schülerinnen und Schüler im vorletzten und im letzten obligatorischen Schuljahr ebenso ansprechen wie deren Eltern sowie die Mitgliedunternehmen der Trägerschaft und Institutionen der Berufsberatung.

Die Arbeitsgruppe erarbeitete zu insgesamt sechs Handlungsbereichen Lösungen:

Flyer Netzelektriker/in: Auf dem Flyer im «High Voltage»-Auftritt sollen klare und knappe Botschaften einen Überblick über den Beruf geben und das Interesse wecken.

Standmaterial-Vorlagen für Auftritte an Berufsmessen: Den Mitgliedunternehmen werden Vorlagen für Standwände für Messeauftritte auf der Basis von «High Voltage» zum Download zur Verfügung gestellt. Die Trägerschaft selbst wird kein eigenes Standmaterial bereitstellen. An Berufsmessen ist es zudem vorteilhaft, wenn regionale Unternehmen mit motivierten und kommunikativen Netzelektrikern präsent sind, Jugendliche ansprechen und Listen mit Betrieben aufliegen, bei denen sich Interessierte für Schnupperlehren bewerben können. Das soll weiterhin so bleiben.[3]

Internet: Die Website www.netzelektriker.ch soll punktuell aktualisiert und deren Inhalt auf Italienisch übersetzt werden.

Social Media: Die Zusammenarbeit mit www.yousty.ch, der Online-Lehrstellenbörse, wird weitergeführt. Die Mitgliedunternehmen werden regel-

mässig darauf hingewiesen und über Neuerungen informiert.

Berufsberatungen: Die Trägerschaft will intensiver mit den Berufsberatungen kommunizieren und herausfinden, wo allfällige Wissenslücken geschlossen werden müssen.

Mitgliedunternehmen: Ausserdem erarbeitet die Trägerschaft einen Musterbrief, mit dem die Mitgliedunternehmen Schulen anschreiben und Schnupperlehren anbieten können. Für Auftritte in der Klasse wurde eine Musterpräsentation bereitgestellt. Gleichzeitig will die Trägerschaft die Mitgliedunternehmen erneut darauf aufmerksam machen, dass sie ihre Angebote für Schnupperlehren auf www.berufsberatung.ch veröffentlichen.

«High Voltage» inspiriert von «Young Energy»

Bei der Wahl der Massnahmen und der Gestaltung des entsprechenden Werbematerials liess sich die Trägerschaft von der Elettività Svizzera Italiana (ESI) inspirieren. Die ESI verfügt mit «Young Energy» über ansprechende Werbemittel (Faltprospekt, Standdesign, Rollups), welche bei Jugendlichen gut ankommen. Alle italienischsprachigen Elektrizitätsunternehmen setzen diese Werbemittel ein und ihr gemeinsamer Standauftritt an der Berufsmesse «Espoprofessionisti» wirkt frisch und ansprechend. Die Entwicklung der Lehrverträge mit Netzelektrikern gibt der ESI Recht: 2015 gab es doppelt so viele neue Lehrverhältnisse mit Netzelektrikern wie in den Vorjahren.

Auf dieser Basis und in Anlehnung an die Image-Kampagne auf www.netzelektriker.ch hat die Trägerschaft

Wir suchen dich als lernende Netzelektrikerin/lernender Netzelektriker

Was kannst du von diesem Beruf erwarten?

Als Netzelektrikerin und Netzelektriker arbeitest du an allen Stellen der Energieversorgung für den Transport und die Verteilung elektrischer Energie, für elektrisch betriebene Verkehrsmittel und das Kommunikationsteil.

Was bringt dir der diesem spannenden Beruf mit?

- Du hast Freude an praktischer Arbeit im Freien
- Du verfügst über ein ausgeprägtes Geschick und technisches Verständnis
- Du bist bei guter Gesundheit, normal fähig und schweizerisch
- Du bist teamfähig und zuverlässig

Voraussetzung für die Netzelektrikerin/lerner für die abgibtene Ausbildung: Die Ausbildung dauert 3 Jahre. 3 bis pro Woche wird jeweils ein berufliches Praktikum absolviert. Du benötigst ein abgeschlossenes Matura- oder Gymnasialdiplom.

Wir suchen dich als lernende Netzelektrikerin/lernender Netzelektriker

mehr Informationen unter www.netzelektriker.ch

NE ER

Werbung für Netzelektriker im «High Voltage»-Auftritt.

die deutsch- und französischsprachige Berufswerbung entwickelt. Sie stellt den Mitgliedunternehmen Flyer sowie elektronische Vorlagen zur Verfügung, welche flexibel verwendet werden können (zum Beispiel individualisiert mit Firmenkontakt und Logo). Diese Materialien eignen sich zur Auflage an Ausstellungsständen an Berufsmessen, als Werbung an Fahrzeugen, für Präsentationen an Schulen oder einfach als Handout.

Laufbahnbeispiele für Berufsberatungszentren

In früheren Umfragen gaben Mitgliedunternehmen zu bedenken, dass der Beruf Netzelektriker kaum bekannt sei und Berufsberater diesen auch nicht empfehlen würden. Die Geschäftsstelle der Trägerschaft hat die schweizerischen Berufsberatungszentren (BIZ)

Ende 2016 auf diesen Umstand angesprochen [4] und gefragt, wo allenfalls noch Aufklärungsarbeit gewünscht wäre. Jedes zweite BIZ erklärte, dass die Beraterinnen und Berater über genügend Informationen zum Beruf verfügten und dass sie über den Netzelektriker-Beruf in einer ähnlichen Häufigkeit wie zum Beispiel über Maurer oder Forstwart sprächen. Jedoch wünschten die BIZ aktuelle Laufbahnbeispiele und die Möglichkeit, die Berufsleute auf einer Baustelle im Einsatz zu zeigen. Die Rückmeldungen der BIZ werden zurzeit noch vertieft ausgewertet, damit entsprechende Massnahmen erarbeitet werden können. Den regelmässigen Kontakt zu den Berufsberatungszentren betrachtet die Trägerschaft als langfristige Aufgabe.

Die Trägerschaft richtet ihr Berufs-Marketing gezielt an die Hauptanspruchsgruppen und vermeidet bewusst «Streuwerbung», weil die damit einhergehenden hohen Streuverluste ein schlechtes Kosten-Nutzen-Verhältnis schaffen. Plakat-Kampagnen an Bahnhöfen oder ähnliche Massnahmen sind daher auch in Zukunft nicht vorgesehen. Vielmehr soll mit den beschränkten, aus den Mitgliederbeiträgen bereitgestellten Mitteln eine gute und gezielte Wirkung erzielt werden.

Marketing-Materialien müssen eingesetzt werden

Die besten zur Verfügung gestellten Werbemittel nützen aber wenig, wenn die Unternehmen sie nicht einsetzen. Werbung hat mehrere Ebenen und Facetten, und die verschiedenen Akteure haben unterschiedliche Rollen. [5] Die Trägerschaft erarbeitet und verbessert die Informationslage (Marketing-Grundlagen, Werbemittel) und vernetzt die Akteure. Den Kontakt zu stellensuchenden Jugendlichen müssen aber die Anbieter von Ausbildungsplätzen mit dem Einsatz der bereitgestellten Werbemittel herstellen.

Auch Organisationen wie das Netzelektriker-Forum und der künftige Dachverband der Netzelektriker übernehmen eine wichtige Rolle beim Berufs-Marketing. Sie ergänzen sinnvoll die Aktivitäten der Branche.

Referenzen

- [1] Céline Reymond, Netzelektriker/in EFZ: Berufsreform, Bulletin SEV/VSE 8/2013, S. 55-56.
- [2] Toni Biser, Michael Brunner, Simon Eberhard, Fachkräfte gesucht - auf allen Stufen, Bulletin SEV/VSE 9/2015, S. 31-34.
- [3] Landert Brägger Partner, Evaluation der vom Bund geförderten Berufsschauen, im Auftrag des SBF, August 2014, S. 31-36 und S. 64.
- [4] Mustafa Dikbaş, «Es gibt kaum arbeitslose Netzelektriker», Interview mit Rudolf Schneider, Bulletin SEV/VSE 11/2013, S. 55-56.
- [5] Prof. Dr. Margrit Stamm, Studie «Lehrlingsmangel Strategien für die Rekrutierung des Nachwuchses», Swiss Institute for Educational Issues, September 2013.

Autor

Toni Biser ist Senior Experte Berufsbildung beim VSE.
→ VSE, 5001 Aarau
→ toni.biser@strom.ch

Die Kampagne «High Voltage»

Der «High Voltage»-Flyer basiert auf der Berufs-Marketing-Kampagne von 2013. Durch die Wahl der in Dämmerlicht gehaltenen Hintergründe und Stimmungen werden einerseits die Netzelektrikerinnen und -elektriker besser in den Vordergrund gerückt. Andererseits wird hervorgehoben, dass es sich um einen Beruf handelt, der bei jeder Witterung im Freien ausgeübt wird. Der gelbe Lichtstrom symbolisiert den Transport von Energie, Informationen oder Personen, der nur dank der Arbeit eines gut funktionierenden Teams möglich ist, das gemeinsam zum Wohlbefinden unserer modernen Gesellschaft beiträgt. Für diese Bilder haben sich Netzelektrikerinnen und -elektriker aus verschiedenen Schweizer Unternehmen freiwillig zur Verfügung gestellt, um mit Stolz ihren Beruf, der ihnen sehr am Herzen liegt, zu veranschaulichen.

Die Beiträge dieser Ausgabe finden Sie auch unter

www.bulletin.ch

«High Voltage»: Marketing pour les électriciens de réseau

Publicité pour le métier d'électricien/ne de réseau CFC | Le profil professionnel d'«électricien/ne de réseau CFC» est peu connu des conseillers d'orientation, des parents et des jeunes. La branche s'adresse maintenant à un groupe cible plus large, par des mesures marketing renforcées grâce à la campagne «High Voltage».

TEXTE TONI BISER

En 2017, l'organe responsable de la formation professionnelle d'électricien/ne de réseau met en œuvre son concept de marketing professionnel pour les électricien/nes de réseau. Dès 2013, avant le lancement de la nouvelle formation initiale, l'organe responsable avait mis en pratique plusieurs mesures.[1] Aujourd'hui, le concept actuel de marketing professionnel comble les dernières lacunes. Un sondage [2] mené au sein de la branche a révélé que la situation était tendue sur le marché de l'emploi, et qu'il fallait agir en conséquence. En Suisse, il manque environ 300 spécialistes dans le secteur de l'électricité de réseau.

C'est pourquoi le comité directeur de l'organe responsable a discuté de mesures supplémentaires à tous les niveaux de formation. Le spectre allait d'une intensification du marketing professionnel au développement des offres de cours préparatoires pour les examens professionnels et professionnels supérieurs, en passant par les reconversions proposées pour préparer les électriciens à travailler sur le réseau.

Formulation d'objectifs quantitatifs

Une chose était incontestable: il fallait donner un nouvel élan au marketing professionnel. Un groupe de travail, sous la direction de Giampaolo Mameli, président du comité directeur, a élaboré un concept ad hoc, dans lequel trois objectifs quantitatifs ont été formulés:

- Le nombre de jeunes s'intéressant au métier d'électricien de réseau doit augmenter de 20 % en l'espace de trois ans.
- D'ici au début de l'année scolaire 2018/2019, le nombre de contrats d'apprentissage signés doit augmenter de 10 %.

● D'ici fin 2017, le nombre d'entreprises (membres de l'organe responsable) qui forment des électricien/nes de réseau doit augmenter de 5%.

Le groupe de travail a volontairement orienté le concept de manière très large, voulant ainsi s'adresser à la fois aux élèves des deux dernières années de l'école obligatoire et à leurs parents, mais aussi aux entreprises membres de l'organe responsable et aux offices d'orientation professionnelle.

Le groupe de travail a élaboré des solutions pour six champs d'action:

Flyer Électricien/ne de réseau: le flyer, au design «High Voltage», doit comporter des messages clairs et concis donnant un aperçu du métier et éveillant l'intérêt.

Modèles de matériel pour les stands sur les salons professionnels: des modèles pour les parois de stand au design «High Voltage» sont proposés au téléchargement pour les entreprises membres lorsqu'elles participent aux salons des métiers. L'organe responsable ne mettra pas lui-même à disposition son propre matériel de stand. De plus, il est avantageux que des entreprises régionales soient présentes lors des salons professionnels en compagnie d'électriciens de réseau motivés et communicatifs, qu'elles abordent les jeunes et qu'elles proposent sur leur stand des listes d'entreprises auprès desquelles les personnes intéressées peuvent poser leur candidature pour des stages.[3]

Internet: mise à jour du site Internet www.electricien-de-reseau.ch et traduction d'une partie de son contenu en italien.

Médias sociaux: la collaboration avec www.yousty.ch, la plate-forme

d'apprentissages en ligne, est poursuivie. L'attention des entreprises membres est régulièrement attirée sur cette plate-forme, et les dernières nouveautés leur sont transmises.

Offices d'orientation professionnelle: l'organe responsable veut communiquer davantage avec les conseillers en orientation professionnelle et identifier les éventuelles lacunes à combler.

Entreprises membres: par ailleurs, l'organe responsable élabore une lettre type permettant aux entreprises membres d'écrire aux écoles pour leur proposer des stages. Une présentation type a aussi été préparée pour les classes. Parallèlement, l'organe responsable veut une nouvelle fois signaler aux entreprises membres qu'elles peuvent publier les offres de stages sur www.orientation.ch.

«High Voltage» s'inspire de «Young Energy»

Pour le choix des mesures et la conception du matériel publicitaire correspondant, l'organe responsable s'est inspiré de la société Elettricità Svizzera Italiana (ESI). L'ESI dispose, avec «Young Energy», d'instruments publicitaires attrayants (dépliant, design de stand, roll-ups) qui plaisent aux jeunes. Toutes les entreprises électriques italophones utilisent ces instruments et leur design commun sur les stands du salon professionnel «Espoprofessionisti» renvoie une image sympathique et moderne. L'évolution des contrats d'apprentissage avec des électriciens de réseau donne raison à l'ESI: en 2015, le nombre de ces contrats signés doublé par rapport aux années précédentes.

C'est donc sur cette base, et en suivant l'exemple de la campagne sur www.electricien-de-reseau.ch, que



Publicité pour le métier d'électricien/ne de réseau « High Voltage ».

l'organe responsable a développé sa publicité pour le métier, en allemand et en français. Il met à la disposition des entreprises membres des flyers ainsi que des modèles électroniques pouvant être utilisés de manière flexible (personnalisés avec le logo et les coordonnées de l'entreprise, par exemple). Ces outils conviennent pour une distribution sur les stands d'exposition des salons professionnels, comme publicité sur les véhicules, pour les présentations dans les écoles ou comme simple documentation.

Exemples de carrière pour les offices d'orientation

Dans de précédents sondages, les entreprises membres avaient fait remarquer que le métier d'électricien de réseau était très peu connu et que les conseillers d'orientation ne le recommandaient pas. Fin 2016, le secrétariat de l'organe responsable a contacté à ce

sujet les centres d'information professionnelle suisses [4] pour leur demander où un travail pédagogique serait souhaité. Un centre sur deux a déclaré que les conseillers disposaient de suffisamment d'informations sur le métier d'électricien de réseau et qu'ils évoquaient cette profession à la même fréquence que celles de maçon ou de forestier-bûcheron, par exemple. Toutefois, les centres souhaitaient des exemples actuels de carrière ainsi que la possibilité de présenter les professionnels « en action », sur un chantier. Les retours des centres d'orientation professionnelle sont en cours d'analyse approfondie afin que les mesures correspondantes puissent être prises. L'organe responsable considère le contact régulier avec ces centres comme une tâche à long terme.

L'organe responsable oriente son marketing professionnel de manière ciblée sur les principaux groupes intéressés et évite volontairement la « publicité de masse », car les pertes élevées dues à la dispersion qui en résultent créent un mauvais rapport coûts/avantages. Les campagnes d'affichage dans les gares et les mesures similaires ne sont donc pas non plus prévues à l'avenir; il est préférable d'agir efficacement et de façon ciblée avec les moyens limités disponibles issus des contributions des membres.

Les instruments marketing doivent être utilisés

Même les meilleurs outils publicitaires mis à disposition n'ont que peu d'effet si les entreprises ne les utilisent pas. La publicité recèle plusieurs niveaux et facettes, et les différents acteurs endossent des rôles divers. [5] L'organe responsable élabore et améliore les informations (bases marketing, supports publicitaires) et met les acteurs en réseau. Mais ce sont ceux qui offrent des places de formation qui doivent prendre contact avec les jeunes à la recherche d'une place, en utilisant les moyens publicitaires disponibles.

Les organisations telles que le Forum des électriciens de réseau ou la future Association faitière des électriciens de réseau assument également un rôle important pour le marketing professionnel, en complétant judicieusement les activités de la branche.

Références

- [1] Céline Reymond, Réforme de la profession électricien/ne de réseau CFC, Bulletin SEV/VSE 8/2013, p. 55-56.
- [2] Toni Biser, Michael Brunner, Simon Eberhard, Fachkräfte gesucht – auf allen Stufen, Bulletin SEV/VSE 9/2015, p. 31-34.
- [3] Landert Brägger Partner, Evaluation der vom Bund geförderten Berufsschauen, im Auftrag des SBFI, August 2014, p. 31-36 et p. 64.
- [4] Mustafa Dikbaş, «Es gibt kaum arbeitslose Netzelektriker», Interview mit Rudolf Schneider, Bulletin SEV/VSE 11/2013, p. 55-56.
- [5] Prof. Dr. Margrit Stamm, Studie «Lehrlingsmangel Strategien für die Rekrutierung des Nachwuchses», Swiss Institute for Educational Issues, September 2013.

Auteur

Toni Biser est Spécialiste senior Formation professionnelle à l'AES.
→ AES, 5001 Aarau
→ toni.biser@strom.ch

La campagne «High Voltage»

Le flyer « High Voltage » est tiré de la campagne de promotion du métier qui avait été élaborée en 2013. Le choix des décors et de l'ambiance crépusculaire permet d'un côté de faire ressortir les électriciens et électriciennes de réseau et de l'autre de mettre en avant le fait que c'est un job d'extérieur se pratiquant par tous les temps. Le flux lumineux jaune symbolise le transport d'énergie, d'informations ou de personnes ne pouvant exister que grâce au travail d'une équipe soudée contribuant ensemble au bien-être de nos sociétés modernes. Ces images ont été réalisées avec d'authentiques électriciennes et électriciens de réseau de différentes entreprises en Suisse qui se sont portés volontaires pour incarner avec fierté leur profession qui fait battre leur cœur.

Retrouvez les articles de ce numéro sur notre site

www.bulletin.ch