

Schnuppern: Herz, Klarheit, Vorbereitung

Lehrbeginn 2026: Die Suche nach Lernenden hat begonnen. Jetzt gilt es, an Schnuppertagen Jugendliche für die eigene Firma zu begeistern. Laufbahnberaterin Andrea Chalverat weiss, worauf es ankommt.

Erika Juessi

«Gerade in kleineren oder mittleren Betrieben fehlen für die Suche nach den geeigneten Lernenden oft Zeit und Geld», sagt Laufbahnberaterin Andrea Chalverat. Dabei ist der Bedarf an motivierten Jugendlichen gross: Allein auf der Plattform [yousty.ch](#) sind (Stand: September) für den Lehrbeginn 2025 noch rund 5900 Lehrstellen unbesetzt. Dass viele Eltern für ihre Kinder nach wie vor ein Gymnasium und Studium wünschen, mache es nicht einfacher. «Dabei ist die Berufsbildung heute äusserst vielfältig und zukunftsorientiert.»

Für das Rekrutieren von Lernenden kann eine Schnupperlehre ausschlaggebend sein, das hat ihr die langjährige Erfahrung gezeigt. «Sie kann mit ein paar einfachen und wirkungsvollen Massnahmen motivierte Lernende bringen.»

Sichtbar sein

Zuerst gilt es, überhaupt Schnupperlernende zu bekommen. «Der wichtigste Schritt ist die On-



Bild stock.adobe.com/DJ Creative Studio

Schnuppern heisst auch: Perspektiven aufzeigen und sich gut vorbereiten.

line-Präsenz», betont Chalverat. Der kostenlose Eintrag auf [schnuppy.ch](#) und im kantonalen Lehrstellennachweis (LENA) sei Pflicht. Auch andere Lehrstellenplattformen wie [yousty.ch](#) oder [gateway.one](#) lohnten sich, sind aber nicht gratis. Von dort landen Jugendliche meist auf der Website des Betriebs. Doch diese richtet sich oft

ausschliesslich an Kundinnen und Kunden. Ein eigener Bereich für Lernende sei aber zentral. «Besonders wirksam sind kurze Videos, in denen Lernende selbst Einblick in ihren Alltag geben», so Chalverat. Das steigere die Anfragen merklich, genauso wie kurze Inhalte auf Instagram oder sogar im WhatsApp-Status. «All das hilft den Jugendlichen, sich rasch ein Bild von der Firma zu machen.» Wer das Label TOP-Ausbildungsbetrieb trägt, sollte das zeigen – gerade für Eltern ist das ein wichtiges Signal.

Auch offline lässt sich Interesse wecken: Etwa an Berufsmessen mit A4-Blatt zu Beruf und Firma – mit QR-Verweis auf die Firma.

Sympathie entscheidet

Kommen Jugendliche zum Schnuppern, zählt vor allem der erste Eindruck. «Viel mehr als Zahlen und Fakten bleibt in Erinnerung, ob man sich willkommen gefühlt hat», so Chalverat. Deshalb sei ein sympathischer Auftritt so wichtig, auch wenn im Betrieb gerade viel los sei. Eine freundliche Begrüssung, eine kurze Vorstellungsrunde und Zeit für Fragen machen den Unterschied.

Wichtig ist auch die Rolle der eigenen Lernenden. Diese sollten vorbereitet sein – mit etwas, das sie zeigen oder erklären können. Denn: Nur Zuschauen allein reicht

nicht. Durch kleine Aufgaben aus dem Alltag – eine Schraube setzen, etwas messen oder einen Kundengruß vorbereiten – wird der Beruf für sie lebendig. Ein abschliessender Schnupperbericht, der ehrlich, aber wohlwollend Rückmeldung gibt, hilft den Jugendlichen bei der Berufswahl. Vorlagen dafür gibt es auf berufsberatung.ch.

In Erinnerung bleiben

Nach dem Schnuppertag ist vor der Entscheidung. Ein kleines Dankeschön – etwa ein Give-away mit Begleitschreiben – zeigt Wertschätzung. Darin kann die Firma auf die nächsten Schritte hinweisen. «Das zeigt Interesse – und hilft beim Entscheid», so Chalverat. Für eine gelungene Schnupperlehre brauche es kein grosses Budget, sondern Herz, Klarheit und etwas Vorbereitung. Mit «Herz» meint sie eine positive Haltung gegenüber Jugendlichen. Wer klage, dass die neue Generation nur fordere, komme nicht weiter. «Besser ist, Perspektiven aufzuzeigen und sich gut vorzubereiten.»

Falls der Chef oder die Chefin nicht der Typ für Schnuppertage ist, sollten andere, motivierte Mitarbeitende die Betreuung übernehmen. Leider fehle es intern oft an Zeit und Lohn für Berufsbildner, so Chalverat. Sie rät, bei Berufsverbänden anzuklopfen. Viele bieten konkrete Hilfe bei der Gestaltung von Schnuppertagen.

Ganz nebenbei lohnt sich das Engagement doppelt: «Wer zeigt, dass er eine gute Arbeitgeberin für zukünftige Lernende ist, gewinnt nicht nur junge Talente, sondern stärkt auch bei den eigenen Mitarbeitenden die positive Sicht auf den Betrieb.»



Andrea Chalverat ist Laufbahnberaterin mit langjähriger Erfahrung in der Lehrstellenvermittlung.