



Ströck geht in die Offensive â€“ BILD

ID: LCG23011 | 15.01.2023 | Kunde: Ströck | Ressort: Wirtschaft
Österreich | Medieninformation

Positive Vibes und charmanter Wiener Schmäh: Familiengeführte Traditionsbäckerei sucht neue Mitarbeiter.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#)

Wien (LCG) – Der Beginn eines neuen Jahres ist für viele Menschen häufig auch der Zeitpunkt einer beruflichen Neuorientierung. Wer auf der Suche nach einem sicheren Job mit flexiblen Arbeitszeiten und attraktiven Aufstiegsmöglichkeiten in einem familiengeführten Unternehmen ist, kommt in Wien derzeit an der neuen Recruiting-Kampagne von Ströck kaum vorbei. Auf impactstarken Gewista-Citylights und großflächigen Plakaten sucht die Bäckerei derzeit unter anderem Bäcker, Baristas und Verkäufer. Mit charmanten Fragen wie „Wo sind die Plaudertascherln?“ oder „Du hast Teig voll Germ?“ hält das Unternehmen an frequenzstarken Standorten im öffentlichen Raum Ausschau nach neuen Talenten. Mit Augenzwinkern wird in der von Ogilvy konzipierten Kampagne auch gleich die Frage beantwortet, wann es mit dem neuen Job losgeht: „Arbeitsbeginn: Espresso!“

„Aktuell haben wir knapp 70 Stellen zu besetzen und freuen uns auf neue Kolleginnen und Kollegen. In der Kampagne vermitteln wir auf den ersten Blick, dass die Arbeit bei Ströck Spaß macht. Wir bieten sichere Arbeitsplätze mit attraktiven Entwicklungsmöglichkeiten und Benefits. Als Nachhaltigkeitspionier setzen wir laufend neue Maßstäbe wie zum Beispiel unser ‚Bio-Wiederbrot‘, das zu einem Teil aus Brot vom Vortag besteht und für den ressourcenschonenden Umgang mit Lebensmittel steht. Wer sich gleich selbst Appetit auf den neuen Job holen will, erlebt in einer unserer 75 nahe gelegenen Filialen hautnah das Daily Business“, erklärt Geschäftsführerin **Irene Ströck** .

Konzert auf dem gesamten Kommunikationsklavier für die besten Köpfe

Die derzeit präsente Out-of-Home-Kampagne ist nur ein Mosaikstein der ganzjährig laufenden Employer-Branding-Aktivitäten des Familienunternehmens. Zwei zentrale Bestandteile sind die Mitarbeiter als Multiplikatoren im Freundes- und Familienkreis sowie die Filialen, in denen mehrere tausend Menschen täglich das Produkt live erleben. Jeder Kunde könnte schließlich auch ein Mitarbeiter werden.

„Zufriedene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie ansprechendes Ambiente und ein überzeugendes Produkt sind die besten Botschafter, die für unsere Marke begeistern. In beides investieren wir aus Überzeugung und Verantwortung einer Bäckerei, die in dritter Generation ‚Family Business‘ ist“, so Ströck weiter.

Ganzjährig nutzt Ströck seine eigene Markenwelt auf den Websites, in sozialen Medien und die Filialen selbst, um motivierte Talente anzusprechen und für die Backstube und das Filialnetz zu begeistern. Karriere- und Lehrlingsportale sowie Inserate in

Tageszeitungen ergänzen den medialen Teil des Recruitings. Bei Promotions in Studentenheimen werden potenzielle Teammitglieder direkt und persönlich angesprochen. Auch über Kooperationen mit dem AMS und dem WAFF ist die Traditionsbäckerei auf der Suche nach geeigneten Mitarbeitern.

Kurze Backzeit für große Karrierechancen

Bei Ströck erwarten die Mitarbeiter in allen Anstellungsvarianten (Vollzeit, Teilzeit oder geringfügig beschäftigt) unterschiedliche Arbeitszeitmodelle, die flexibel an die individuellen Lebensumstände angepasst werden können. In der hauseigenen Ströck- und Barista-Akademie können Mitarbeiter ihre Qualifikationen ausbauen und ihren beruflichen Aufstieg beschleunigen. Engagierte Teammitglieder können rasch zum Supervisor oder Filialleiter avancieren und Verantwortung übernehmen. Lehrlinge erwartet bei Ströck eine langfristige Perspektive mit guten Jobaussichten durch interne Weiterbildungsmaßnahmen. Jedes Jahr bildet das Unternehmen 40 Lehrlinge aus. Im Rahmen einer Lehrlingswoche übernehmen sie einmal jährlich die komplette Verantwortung über die Filiale Stephansdom und lernen alles, um ein Geschäft selbstständig zu leiten und im Team zu arbeiten.

Der schnellste Weg zu Ströck

Es muss kein langwieriger oder unpersönlicher Bewerbungsprozess sein, es kann auch menschlich und unkompliziert sein. Dafür hat Ströck eine Art „Fast Lane“ im Bewerbungsprozess entwickelt, die direkt von der Straße in die Backstube und auch in die Filialen führt. Im eigenen Karrierezentrum im neunten Wiener Gemeindebezirk (Lichtensteinstraße 18/ Ecke Berggasse) können Interessierte einfach und ohne Voranmeldung vorbeikommen und sich über ihre berufliche Zukunft informieren. In einem persönlichen Gespräch können sich alle Interessierten schnell, flexibel und unkompliziert bewerben. Stimmt die Chemie beiderseitig, kann es auch gleich losgehen. Das Ströck-Karrierezentrum steht jeweils

montags, mittwochs und donnerstags, von 9 bis 17 Uhr, offen und kann der Beginn einer Laufbahn sein.

Über Ströck

Das Familienunternehmen mit zwei Produktionsstandorten in Wien Donaustadt wurde 1970 gegründet, umfasst bereits 75 Filialen in Wien und Umgebung und beschäftigt über 1.550 Mitarbeiter. Mit 40 Lehrlingen investiert das Unternehmen in die Ausbildung der nächsten Generation. Brot und Gebäck ohne Zusatzstoffe, lange Teigreife und ein breites veganes und vegetarisches Sortiment mit Heißgetränken in Bio-FAIRTRADE-Qualität überzeugen die Kunden Tag für Tag. Der Bioanteil des verwendeten Mehls liegt bereits bei 60 Prozent, das Getreide stammt zu 100 Prozent aus Österreich. Die Restaurants „Ströck-Feierabend“ servieren Speisen rund ums Brot und setzen auf regionale und saisonale Zutaten; viele davon werden im eigenen Garten in Aspern geerntet. Die drei „Ströck-Feierabend-Bäckereien“ befinden sich auf der Landstraßer Hauptstraße und in der Rotenturmstraße und Burggasse. Weitere Informationen auf feierabend.stroeck.at und stroeck.at

+++ BILDMATERIAL +++

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf leisure.at (Schluss)

