

DIE LACKIEREREI



Handwerksunternehmer Olaf (li.) und Daniela Schleich (re.) spendieren Azubis mit guten Noten ein Auto.

Suche Lehrling, biete Auto

Ausbildung Der Nachwuchsmangel im Handwerk wird immer größer. Mit pfiffigen Ideen und attraktiven Angeboten kämpfen die Betriebe um Bewerber. Wie Sie Ihren Betrieb für Jugendliche interessant machen.

Text Reinhold Mulatz Foto Bert Bostelmann

Ein Auto für gute Noten: In der Lackiererei Schleich in Markttheidenfeld erhalten Azubis mit einem Notendurchschnitt von 1,5 oder besser im Jahreszeugnis der Berufsschule für ein Jahr einen Kleinwagen gratis. Mit dieser Aktion erreicht Daniela Schleich, die mit ihrem Ehemann Olaf den Handwerksbetrieb führt, gleich drei Ziele: Der Betrieb ist in aller Munde, ein Ausbildungsplatz in der Lackiererei wird für Jugendliche attraktiver, und der in Aussicht gestellte Wagen spornt die Lehrlinge zu besseren Leistungen an. Das Beispiel zeigt, dass Handwerksbetriebe inzwischen neue Wege einschlagen müssen, um sich die Mangelware Nachwuchs zu sichern. Zwar ist die Ausbildungsbereitschaft im Handwerk 2012 noch einmal gestiegen, aber zum Jahresende 2012 blieben 15 000 Plätze unbesetzt. Das klingt noch nicht dramatisch, zumal die Betriebe noch auf Nachvermittlungen hoffen, aber die Entwicklung zeigt, dass der demografische Wandel in vollem Gange ist. Dass es momentan noch ausreichend Azubis gibt, hat andere Gründe: Doppelte Abiturjahrgänge in mehreren Bundesländern und das Aussetzen der Wehrpflicht ermöglichen es momentan vielen jungen Menschen, vorzeitig eine Ausbildung zu beginnen. Ihre Anzahl kompensiert für kurze Zeit die immer kleineren Jahrgangsgrößen.

→ **Ausbildungsleistung**

Immer weniger Lehrlinge

Die Zahl der Auszubildenden im Handwerk geht seit Jahren zurück, in Ostdeutschland noch deutlich stärker als im Westen.

Ausbildungsverhältnisse im Handwerk



jeweils am 31. Dezember im gesamten Handwerk, *Prognose; Quelle: Zentralverband des Deutschen Handwerks

„Abiturienten interessieren sich inzwischen für nahezu alle Handwerksberufe.“

Das Handwerk reagiert auf die Entwicklung. Kammern und Verbände starten aufwendige Kampagnen, aber auch in vielen Betrieben weht ein anderer Wind. Wer heute keine passende Strategie hat, dem wird der Nachwuchs ausgehen.



Otto Kentzler, Präsident des Zentralverbands des Deutschen Handwerks.

→ **Azubisuche**

Erfolgreich mit der richtigen Strategie

Die Nachwuchssuche ist mindestens so wichtig wie die Akquise eines Großauftrags für die Firma. Also gehen Sie strategisch vor und machen Sie sich

Zielgruppe festlegen

Wer Abiturienten anspricht, muss anders vorgehen als bei Hauptschulabsolventen. Was die unterschiedlichen Zielgruppen interessiert:

- **Abiturienten:** Karrierechancen aufzeigen; mit späterer Selbständigkeit locken; duales Studium in Kooperation mit einer Hochschule anbieten; auf Zusatzqualifikationen (Betriebswirt des Handwerks, Betriebsassistent) hinweisen
- **Haupt- und Realschüler:** einen krisenfesten Arbeitsplatz anbieten; familiäre Atmosphäre im Gegensatz zur Anonymität eines Großunternehmens herausstellen; abwechslungsreiches Lernen und ständigen Praxisbezug garantieren
- **Leistungsschwächere Jugendliche:** Individuelle Förderung am Arbeitsplatz zusagen; Nachhilfe für die Berufsschule organisieren; Sprachkurse für Ausländer und Migranten anbieten; auf Förderhilfen der Arbeitsagentur verweisen

einen genauen Ablaufplan für die einzelnen Aktionen. Hier sind Tipps für die drei zentralen Elemente einer erfolgreichen Lehrlingssuche.

Zielplan erstellen

Erfahrene Ausbilder suchen immer nach Nachwuchs. Trotzdem sollten Sie exakt planen:

- **Im September** fürs nächste Ausbildungsjahr, Kontakt mit Schulen suchen, Praktikumsplätze anbieten
- **Handwerkskammer** und Arbeitsagentur über freie Stellen informieren
- **Praktikanten** auswählen und Termine im Betrieb machen
- **Vorstellungsgespräche** vereinbaren

Azubi auswählen

Wenn Sie mehrere Kandidaten zur Wahl haben, gehen Sie so vor:

- **Bewerbungsunterlagen** nach Form, Aussagen, warum der Bewerber die Lehrstelle will, und nach Zeugnisnoten sortieren
- **Bewerbungsgespräche** anhand einer Fragenliste führen und bei den Antworten Notizen machen



Foto: Bert Bostelmann

„Wir bezahlen unsere Auszubildenden über Tarif und übernehmen sie später.“

Olaf und Daniela Schleich, Inhaber einer Lackiererei in Marktheidenfeld.

→ Nachwuchskampagnen

Schnüren Sie ein professionelles Werbepaket

Nutzen Sie für die Azubisuche professionelles Informationsmaterial von den Nachwuchskampagnen der Handwerksorganisationen. Neben der großen Image-

Imagekampagne des deutschen Handwerks

Der Zentralverband des deutschen Handwerks hat mit seiner Imagekampagne Erfolg bei der Jugend. 54 Prozent der 14- bis 18-Jährigen haben 2012 das Handwerk wahrgenommen. Im Jahr davor waren es nur 40 Prozent. 2013 wird die Nachwuchskampagne fortgeführt und setzt vor allem auf relevante Argumente für die Zielgruppe, zum Beispiel: „Mit dem Handwerk kann man seine Ziele garantiert erreichen und kann Karriere machen.“

Tipp: Neben bundesweiten Aktionen gibt es viele regionale Aktivitäten, an denen Sie sich beteiligen können. Informationen über die Handwerkskammern und www.handwerk.de

Info-Tour „praktisch unschlagbar“

Die Informationsoffensive „Berufliche Bildung – praktisch unschlagbar“ von Bundesregierung und den Wirtschaftsverbänden startet mit ihrer Info-Tour quer durch Deutschland, um die Attraktivität der beruflichen Bildung besser sichtbar zu machen. Sie spricht insbesondere junge Menschen an, eine dua-

„Vor sieben Jahren hatten wir noch über 100 Bewerbungen für eine Lehrstelle als Autolackierer, dann ging es rapide bergab und wir mussten uns etwas überlegen“, schildert Daniela Schleich die Lage. Ihre Strategie klingt einfach, aber sie ist erfolgreich. Sie zahlt ihre Azubis deutlich über Tarif, setzt neben dem Auto für Topnoten noch auf Zuverlässigkeitsprämien in Form von Tankgutscheinen und macht dies alles über Facebook und eine attraktive Homepage publik. Bei den Schulabgängern und auch bei den Eltern kommt das gut an, Bewerbungen für Praktikumsplätze – ein Praktikum ist Bedingung für eine Lehrstelle – haben die Schleichs ausreichend.

Gute Bezahlung

Dass die Höhe der Ausbildungsvergütung eine wichtige Rolle spielt, bestätigt auch Friedrich Hubert Esser, Präsident des Bundesinstituts für Berufsbildung (BIBB), im Interview mit *handwerk magazin* (Seite 23). Immerhin sind die Löhne für Auszubildende im Handwerk im vergangenen Jahr bundesweit um mehr als vier Prozent gestiegen. Damit verdienen Azubis durchschnittlich 730 Euro brutto im Monat. Zu diesen Ergebnissen

kampagne des ZDH gibt es zahlreiche Aktionen von Fachverbänden. Für Innungsmitglieder sind diese Materialien meist kostenlos.

le Ausbildung zu beginnen und die Karrieremöglichkeiten durch Fortbildungen zu verbessern.

Tipp: Die Info-Tour geht durch zahlreiche Städte und bietet Betrieben Möglichkeiten, an Aktionen teilzunehmen und sich zu präsentieren. Infos unter www.praktisch-unschlagbar.de

Aktionen der Fachverbände

Nahezu alle Fachverbände des Handwerks bieten Aktionen zur Nachwuchswerbung, an denen sich Handwerksbetriebe beteiligen können. Infos dazu geben die jeweiligen Innungen und Verbände. Hier ein paar Beispiele:

Dachdecker: Betriebe, die ausbilden, bekommen von der Lohnausgleichskasse im ersten Lehrjahr fünf Monatsgehälter ersetzt.

Bäcker: „Back dem Land das Brot“ heißt die Kampagne, die sich an Schüler und Eltern richtet. Dazu gibt es ein kostenloses Werbepaket.

Elektro: Unter www.e-zubis.de erhalten Betriebe alles, was sie für eine überzeugende Ansprache von Jugendlichen brauchen.

→ Interview

„Hohe Qualität bieten“

Der Präsident des Bundesinstituts für Berufsbildung, Friedrich Hubert Esser, rät Handwerkern, Lehrstellen für Jugendliche attraktiver zu machen.

handwerk magazin: Worauf müssen sich die Handwerksunternehmer bei der Nachwuchssuche in den nächsten Jahren einstellen?

Friedrich Hubert Esser: In den alten Ländern werden die Schulabgänger- und Bewerberzahlen nochmals beträchtlich schrumpfen. Daher wird sich der Wettbewerb mit anderen Wirtschaftsbereichen verschärfen, die ebenfalls ihren Fachkräftenachwuchs sichern müssen. Das Handwerk muss alles daran setzen, seine Attraktivität für leistungsfähige Jugendliche zu erhöhen, damit diese nicht nur den akademischen Bildungsweg wählen.

Wen müssen Handwerker noch stärker ansprechen?

Es müssen alle Potenziale erschlossen werden. Dies gilt für Abiturienten, die bisher im Handwerk mit einem relativ geringen Anteil vertreten sind. Für sie muss das Handwerk stärker als bisher Karriereperspektiven vermitteln und in die Ausbildung attraktive Zusatzangebote integrieren. Jugendliche mit weniger gutem Schulerfolg brauchen eine besondere Unterstützung. Hier hat das Handwerk in der Vergangenheit bewiesen, dass aus diesen Jugendlichen trotzdem gute Gesellen werden können.



Friedrich Hubert Esser, Präsident des Bundesinstituts für Berufsbildung (BIBB).

Was müssen Handwerksbetriebe Jugendlichen bieten, um attraktiv zu bleiben?

Eine hohe Ausbildungsqualität und vor allem attraktive Weiterbildungs-, Beschäftigungs- und Karriereperspektiven spielen eine Schlüsselrolle. Auch der Höhe der Ausbildungsvergütung kommt eine große Bedeutung zu.

Sind viele Bewerber nicht ausbildungsreif, oder haben die Unternehmen zu hohe Erwartungen?

Unsere Studien geben hier ein differenziertes Bild wieder. Bei der schriftlichen Ausdrucksfähigkeit oder dem Kopfrechnen sind negative Entwicklungen festzustellen, IT- und Fremdsprachenkenntnisse haben sich dagegen positiv entwickelt. Wichtig ist, dass die Betriebe verstärkt Verantwortung für die Ausbildung auch schwächerer Jugendlicher übernehmen, nicht indem sie ihre Anforderungen senken, sondern indem sie sie besser fördern und unterstützen.

kommt das BIBB in der Auswertung der tariflichen Ausbildungsvergütungen für das Jahr 2012. Der Zentralverband des Deutschen Dachdeckerhandwerks zahlt Mitgliedsbetrieben über die Lohnausgleichskasse sogar fünf Monatsgehälter im ersten Lehrjahr, auch wenn sie über Tarif entlohnen. Für Felix Fink vom Zentralverband ist auch das ein Mittel, um Ausbildungsplätze attraktiver zu machen, sowohl für Betriebe als auch für potenzielle Lehrlinge.

Karrieremachen ist angesagt

Natürlich ist Geld nicht alles. Jugendliche wollen Perspektiven und Karrierewege in ihrem Beruf. Das sieht auch Handwerkspräsident Otto Kentzler so: „Wir sprechen auch die leistungsstarken Schul- und Hochschulabsolventen an, denn das Handwerk ist attraktiv für Abiturienten.“ Das zeige der Anstieg der Ausbildungsanfänger mit Hochschulreife von 4,9 Prozent im Jahr 2005 auf 8,1 Prozent im vergangenen Jahr. Kentzler hat selbst nach dem Abitur erst Klempner und Gas-Wasser-Installateur gelernt, dann Maschinenbau studiert und als Diplom-Ingenieur schließlich den Familienbetrieb übernommen.

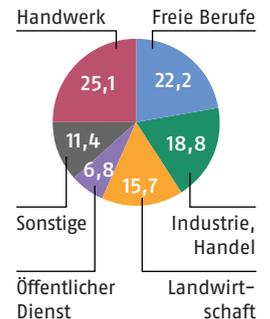
Rund 120 duale Studiengänge verbinden inzwischen den Erwerb eines Gesellenbriefes mit einem akademischen Abschluss. Elf duale Studiengänge werden ausschließlich für Auszubildende des Handwerks angeboten.

Für Handwerksbetriebe, die in der Lage sind, eine Ausbildung auf höchstem Niveau anzubieten, ist die Zusammenarbeit mit einer dualen Hochschule ein sicherer Weg, sich auch für die nächsten Jahre ausreichend guten Nachwuchs zu sichern. Denn das duale Studium boomt. Allein 2011 gab es laut BIBB 20,6 Prozent mehr Studierende und 46,5 Prozent mehr Kooperationsunternehmen als im Vorjahr, Tendenz steigend.

Da passt das neue Motto der Imagekampagne des Zentralverbands des Deutschen Handwerks „Das Handwerk bringt dich überall hin“ – auch ganz nach oben auf der Karriereleiter. ■

reinhold.mulatz@handwerk-magazin.de

Vorzeitige Lösung von Ausbildungsverträgen



in Prozent; Quelle: Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB)

Im Durchschnitt liegt die Vertragslösungsquote bei 20,5 Prozent. Im Handwerk werden die meisten Ausbildungsverträge vorzeitig aufgelöst.

Online exklusiv

Wie ist Ihre Nachwuchsstrategie? Nennen Sie uns Ihre besten Tipps zur Lehrlingssuche unter handwerk-magazin.de/02_2013



Ideen zur Nachwuchssuche



Themenseite Ausbildung

Ähnliche Beiträge zum Thema finden Sie hier: handwerk-magazin.de/wirtschaft