

Kommen, um zu bleiben

Die Suche nach Mitarbeitern ist schwierig. Am besten, Sie bilden selber aus und bieten Ihren Lehrlingen eine Perspektive im Unternehmen. Wie Sie es schaffen, attraktiv für die »Generation Z« zu sein, zeigt Helma Ostermayer im Interview.



Foto: landpixel

Bei der Azubisuche geht der Trend zum Kandidatenmarkt. Immer mehr Lehrstellen bleiben unbesetzt. Wie sind Ihre Erfahrungen?

In der Tat hat sich der Bewerbermarkt gedreht. Ein großer Teil, nahezu 50% der Ausbildungsbetriebe, kann die offenen Stellen für grüne Berufe nicht adäquat besetzen. Der Kuchen wird also kleiner und Betriebe müssen etwas tun, um die besten Stücke davon abzubekommen. Das gilt es erst einmal zu verinnerlichen.

Man muss sich also als attraktiver Arbeitgeber profilieren. Wie kann ich die jungen Leute für meinen Betrieb begeistern?

Sie müssen sich heute um einen guten Azubi »bewerben«. Deshalb sollte eine Stellenausschreibung einladend sein. Sie enthält natürlich ein paar Punkte darüber, was Sie erwarten und beschreibt ausführlich, was Sie zu bieten haben. Dazu gehören auch Informationen über die Team- und Führungskultur im Betrieb, denn darauf achten junge Leute zunehmend. Hier herrscht oft erheblicher Nachholbedarf.

Ich empfehle Betrieben außerdem eine authentische Ansprache der potentiellen Bewerber. Lassen Sie sich keine Hochglanztexte formulieren, die etwas versprechen, was Sie nachher nicht halten können. Die jungen Bewerber werden das sehr schnell merken. Persönlichkeit geht vor!

Wie tickt denn die sogenannte »Generation Z«, also die nach 1995 geborenen Jugendlichen, die mit Sozialen Medien groß geworden sind?

Die »Digital Natives« sind in einem relativ hohen Wohlstandsniveau und einer globalisierten Welt aufgewachsen. Das führt zu zwei wesentlichen Charakteristika: selbstbewusst und gleichzeitig unsicher. Der Wunsch nach Sicherheit und langfristigen Perspektiven ist in einer unbeständig gewordenen Welt nachvollziehbar. Auch die Sinnhaftigkeit des Jobs spielt eine große Rolle. Er muss außerdem Freiraum zur Selbstbestimmung bieten. Da sind grüne Berufe prädestiniert.

Eine aktuelle Studie des Bundesinstituts für Berufsbildung (BIBB) hat außerdem zutage gebracht, wie wichtig der Einfluss des sozialen Umfeldes auf die Berufswahl jun-

Ein positives Arbeitgeberimage ist der Schlüssel dafür, gute Leute zu finden und diese möglichst langfristig im Unternehmen zu halten.

Initiative für gute Arbeit

»Wir jammern nicht – wir machen!« lautet das Credo der Initiative für gute Arbeit. Dabei handelt es sich um einen branchenübergreifenden Zusammenschluss engagierter Unternehmen, darunter viele Familienbetriebe. Das Netzwerk setzt darauf, dass seine Mitglieder aktiv werden, sprich: Prozesse in Gang setzen, um sich immer mehr zu einem attraktiven Arbeitgeber zu mausern. Dabei dienen zwölf Kriterien für gute Arbeit als Orientierung, um ein angenehmes, sicheres und wertschätzendes Arbeitsklima mit Entwicklungsmöglichkeiten und Freiraum zur Entfaltung zu schaffen. Zertifizierte Unternehmen erhalten ein Siegel, das signalisiert: Hier herrschen Top-Arbeitsbedingungen vor.

Mehr Informationen finden Sie unter: initiative-fuer-gute-arbeit.de

ger Menschen ist. Wenn Familie und Freunde einen Beruf als nicht sozial anerkannt einschätzen, lehnen potentielle Interessenten diesen ab, obwohl er ihren Interessen und Neigungen entspricht. Das heißt: Sie müssen nicht nur die Jugendlichen, sondern auch ihre Eltern überzeugen, dass Sie eine tolle Ausbildung zu bieten haben.

Wo und über welche Kanäle kann ich sie denn am besten erreichen? Haben Stellenanzeigen oder Jobbörsen ausgedient?

Nein, im Gegenteil. Die Familie haben Sie am schnellsten über persönliche Kontakte mit im Boot, z. B. auf Ausbildungsmessen, in direkten Gesprächen oder etwa beim Tag der offenen Tür auf dem Hof. Auch Zeitungsannoncen bleiben vor diesem Hintergrund durchaus interessant.

Führen Sie sich vor Augen: Bei der Suche nach einem Auszubildenden geht es um nichts anderes als um Marketing. Dabei gilt, dass der Köder dem Fisch schmecken muss, nicht dem Angler! Folglich muss ich mir als Angler auch überlegen, wo ich denn fischen möchte. Wo informieren sich junge Menschen über Ausbildung? Eine große Rolle spielt dabei Google, gefolgt von den Jobbörsen der Arbeitsagentur. Soziale Medien wie Facebook, Instagram oder YouTube spielen eher eine Rolle, wenn es um Imagearbeit für den eigenen Betrieb geht. Man sollte also verschiedene Wege gehen und dabei vor allem die Kanäle bespielen, die Jugendliche häufig nutzen. Gefunden werden ist das neue Suchen!

Die Must-haves: Was brauchen die Betriebe noch für ein erfolgreiches Azubi-Recruiting?

Als Nächstes empfehle ich Betrieben, sich auch über den Bewerbungsprozess Gedanken zu machen. Schnell und un-

kompliziert sollte eine erste Kontaktaufnahme des Bewerbers möglich sein. Gerne auch über WhatsApp oder andere Messenger. Umfangreiche Unterlagen können dann später immer noch nachgereicht werden. Legen Sie die Hürde so niedrig wie möglich und vor allen Dingen: Sorgen Sie für kurze Reaktionszeiten. So funktioniert das im Smartphone-Zeitalter: Button anklicken, Anmeldung abschicken und sofort kommt eine Rückmeldung. Geschwindigkeit zählt und signalisiert Interesse. Wer sofort reagiert, hat die Nase vorn.

Eine gute Ausbildung ist der Königsweg, um heute die Fachkräfte für morgen zu sichern.

*Helma Ostermayer,
Trainerin, Moderatorin und Coach in Grünstadt*



Eine Interessenbekundung eines Bewerbers ein, zwei Wochen unbeantwortet liegen zu lassen, ist ein K.O.-Schlag. Da werden Sie gleich mal aussortiert. So läuft das oft. Schließlich geht es darum, relativ bald praktische Erfahrungen und persönlichen Kontakt zu ermöglichen, etwa durch die Einladung zu einem Betriebsbesuch mit erstem persönlichen Kennenlernen, ein Probearbeiten bzw. Praktikum oder auch die Einladung zu einem Hoffest. Wenn der Betrieb gefällt, sind viele Jugendliche auch bereit, Kompromisse einzugehen.

Die Ausbildung ist aufwendig und unheimlich zeit- und kostenintensiv. Umso ärgerlicher ist es, wenn das Arbeitsverhältnis danach endet. Wie gelingt es, die jungen Leute früh langfristig zu binden?

Der Anfang ist die Hälfte des Ganzen – das wusste schon Aristoteles. Deshalb ist die Onboarding-Phase so wichtig. Wie holen Sie also die jungen Leute an Bord Ihres Betriebes? Am besten schon vor Beginn der Ausbildung. Es geht darum, frühzeitig auch eine emotionale Bindung zu den Azubis aufzubauen. Dazu gehört, sie rechtzeitig zu informieren über die Ausbildung, über Organisatorisches, über die Menschen im Betrieb. Das vermittelt Sicherheit und ist die Basis von allem.

Dann geht es darum, eine gute und enge Beziehung zwischen Ausbilder und Lehrling zu pflegen, in der auch mal Kritik angesprochen werden darf – aber konstruktiv bitte! Kommunikation ist genauso wichtig, wie dem Azubi einen seinem Ausbildungsstand entsprechenden Freiraum und Eigenverantwortung zu geben. Daran wird er wachsen. Der Austausch mit anderen Azubis kann hierbei genauso helfen wie gezielte Unterstützung bei Lernschwierigkeiten oder etwas Ansporn durch die Teilnahme an Berufswettbewerben.

Also zusammenfassend ganz wichtig: Tue Gutes und rede darüber!

Genau richtig. Erfolge der Auszubildenden sollen und dürfen dann auch mit der Öffentlichkeit geteilt werden, auf der Homepage, den Sozialen Medien oder in der lokalen Presse. Kreativität ist gefragt. Ich wünsche den Ausbildern den Mut, auch mal neue Wege auszuprobieren und Auszubildende als wertvolle Ressource zu betrachten.

Die Fragen stellte Thomas Künzel