

„MADE IN GERMANY“ IN DER BERUFSAUSBILDUNG SICHERN

Damit Lehrstellen keine „Leerstellen“ bleiben: So punkten Unternehmen im Wettbewerb um Nachwuchskräfte



▲ Die Auszubildenden Michelle Schröder, Nico Wellnitz und Antje Kopetsch (v.l.) mit einem Hashtag, ohne den es in der Kommunikation kaum noch geht...

Der Ausbildungsmarkt ist in der Bredouille: Die Zahl der Schulabgänger ist seit Jahren rückläufig, gleichzeitig entscheiden sich immer mehr Jugendliche für ein Studium. In jedem dritten Betrieb bleiben Ausbildungsplätze inzwischen unbesetzt. Fast jeder zehnte IHK-Ausbildungsbetrieb hat im letzten Jahr nicht einmal eine einzige Bewerbung erhalten. Den Unternehmen fehlen daher Bewerber – insbesondere gute Bewerber. Die IHK-Organisation reagiert darauf und wirbt in der öffentlichen Diskussion, gegenüber Politik und in Schulen verstärkt für die Ausbildung „Made in Germany“. „Die ganze Welt beneidet uns um unsere duale Ausbildung und die Perspektiven der höheren Berufsbildung“, sagt DIHK-Präsident Eric Schweitzer. „In Deutschland stand lange der Trend zum Studium im Mittelpunkt. Die Betriebe suchen aber händierend Fachkräfte mit dualer Ausbildung. Wir müssen deshalb auch Schüler an Gymna-

sien und deren Eltern überall besser über die berufliche Bildung als interessante Alternative zum Studium informieren. Gemeinsam mit den Partnern der beruflichen Bildung können wir so einen wichtigen Beitrag zur Fachkräftesicherung in den Betrieben leisten.“

Aufklärung tut weiterhin not: Laut einer Befragung (siehe Grafik) fühlen sich 37 Prozent der Schüler „weniger gut“ oder sogar „schlecht“ auf das Berufsleben vorbereitet. Nur: Wie kann gerade die duale Berufsausbildung wieder stärker in den Fokus der öffentli-

chen Wahrnehmung und insbesondere auch der jungen Zielgruppe gesetzt werden? Die Antwort auf diese Frage ist nicht ganz einfach. „Die Unternehmen müssen den Jugendlichen etwas bieten, wenn sie sich für eine duale Ausbildung entscheiden sollen“, sagt Michael Völker, Leiter des Geschäftsbereiches Aus- und Weiterbildung der IHK Ostbrandenburg in Frankfurt (Oder). Neben einer optimalen Verbindung der betrieb-

lichen und der schulischen Ausbildung kann zum Beispiel ein Auslandsaufenthalt die sozialen und persönlichen Kompetenzen fördern. Auch soziale Praktika sind förderlich und hilfreich. „In unserem Kammerbezirk bietet der Stahlhersteller ArcelorMittal in Eisenhüttenstadt seinen Auszubildenden auch Praktika in Kitas, im Krankenhaus oder in Pflegeeinrichtungen an – und die kommen bei den jungen Leuten gut an.“ Solche und andere herausragende betriebliche Konzepte und die besondere Qualität in der Ausbildung sollen auch öffentlich gewürdigt werden. Die Organisation der Industrie- und Handelskammern vergibt deshalb zusammen mit der Otto Wolff Stiftung alle zwei Jahre den IHK-Bildungspreis. In diesem Jahr gingen dafür gut 100 Bewerbungen von Unternehmen aus ganz Deutschland ein. Ende Januar wurden in den Kategorien kleine, mittlere und große Unternehmen die Sieger gekürt. Die IHKs arbeiten ständig daran, die hohe Qualität der dualen Berufsausbildung zu sichern und zu verbessern. Einige Kammern schaffen dafür Anreize und vergeben an besonders gute Unternehmen das „Siegel für exzellente Ausbildungsqualität“. „Wir arbeiten mit diesem Siegel seit 2016 und haben es bislang 15-mal vergeben“, sagt Michael Völker von der IHK Ostbrandenburg. Die Ausbildungsunternehmen können sich darum bewerben. Sie müssen dafür mehrere Kriterien erfüllen und das auch per Fragebogen nachweisen. Die Ausbildungsberater der IHK prüfen dann die Angaben in den Betrieben. „Wir beurteilen, wie die Unternehmen mit Schulen zusammenarbeiten, wie sie Jugendliche bei der Berufsorientierung unterstützen, welche Übernahmemöglichkeiten die Auszubildenden haben und welche zusätzlichen Angebote es innerhalb der Ausbildung gibt, um nur einige Kriterien zu nennen.“

QUALITÄT SPRICHT SICH RUM – ÜBER GRENZEN HINWEG

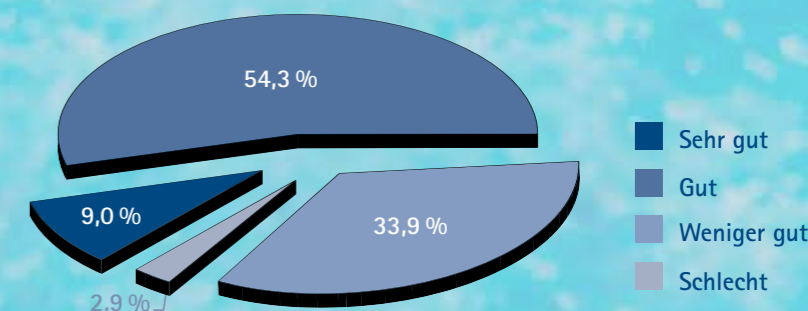
Die Sparkasse Oder-Spree mit Sitz in Frankfurt (Oder) hat im vergangenen Jahr das „Siegel für exzellente Ausbildungsqualität“ erhalten. „Wir haben uns darum beworben, um unsere Ausbildung mal von außen



Foto: Tobias Tanzy; Quelle Grafik: Bildungswerk der Niedersächsischen Wirtschaft

Bild: DIHK/Hasenau

NUR JEDER ZEHNTE SCHÜLER (9 %) FÜHLT SICH „SEHR GUT“ AUF DAS BERUFSLEBEN VORBEREITET



Die Online-Schülerbefragung wurde im Rahmen eines Seminars zum Thema „Beruflichkeit“ von Studierenden der Leibniz Universität (LUH) im Juni 2017 durchgeführt. Sie erfolgte in Kooperation mit dem Institut für Berufspädagogik und Erwachsenenbildung (IfBE) und dem BNW. Es beteiligten sich insgesamt 318 Schüler, 79 Prozent davon in der Altersgruppe von 14 bis 17 Jahre. Knapp die Hälfte der Befragten (47 Prozent) besucht momentan ein Gymnasium.

beurteilen und zertifizieren zu lassen“, erklärt Maren Radue, Ausbildungsleiterin der Sparkasse. Pro Jahr bietet das Geldinstitut zehn Ausbildungsplätze für Bankkaufleute an. Die Sparkasse geht schon zeitig auf potenzielle Bewerber zu. „Wir arbeiten eng mit den Schulen in der Region zusammen, unterstützen sie bei ihren Berufsorientierungstagen und bieten den Schülern bei uns auch Praktika an.“ Mitarbeiter der Sparkasse erklären in den Schulen in Fachvorträgen, wie die Wirtschaft oder die Börse funktioniert. Auch bei allen Ausbildungs- und Berufsmessen in der Stadt Frankfurt (Oder) und dem Landkreis Oder-Spree ist die Sparkasse dabei. „Viele Auszubildende kennen uns schon, wenn sie ihre Lehre bei uns beginnen.“ Auf ihrem Weg zum Bankkaufmann erhalten sie neben der berufspraktischen und schulischen Ausbildung auch Hilfen bei der persönlichen Entwicklung. „In jedem Ausbildungsjahr bieten wir Workshops an, die sich mit der Konfliktbewältigung, Aufgaben von Dienstleistern und auch der persönlichen Verantwortung in der beruflichen Weiterentwicklung beschäfti-

▲ Freude in der Sparkasse Oder-Spree nach der Auszeichnung mit Qualitätssiegel – v.l.: Nick Murach (Azubi), Katrin Kranig (Abteilungsleiterin Personal), Janine Reischauer (Azubi), Ulrike Hannemann (Azubi), Maren Radue (Ausbildungsleiterin), Ronny Kirchhof, (Azubi). Daneben: Michael Völker (Leiter Aus- und Weiterbildung der IHK Ostbrandenburg)



▲ **Herausragende betriebliche Konzepte und die besondere Qualität in der Ausbildung öffentlich gewürdigt: beim IHK-Bildungspreis, zuletzt verliehen Ende Januar in Berlin**

gen“, erklärt Maren Radue. Die Ausbildung innerhalb der Sparkasse wird zusätzlich von 116 Mitarbeitern unterstützt, die über die IHK-Qualifikation „Ausbildereignungsprüfung“ verfügen. Wer in der praktischen und theoretischen Berufsausbildung erfolgreich ist, wird von der Sparkasse übernommen. „Wir wollen den jungen Leuten eine Chance geben und auch die Plätze, die nach dem Ausscheiden langjähriger Mitarbeiter frei werden, wieder hochwertig besetzen“, sagt die Ausbildungsleiterin. Die ausgezeichnete Ausbildungsqualität der Sparkasse Oder-Spree ist weit über die Grenzen des Landkreises hinaus bekannt. „In diesem Jahr haben wir auch zwei Auszubildende aus unserer polnischen Nachbarregion eingestellt.“

QUALITÄTSPLATTFORM MIT CHECKLISTEN

Ein anderes Beispiel, um die Exzellenz in der Berufsausbildung zu sichern und kontinuierlich auszubauen, ist die „Qualitätsplattform“ der IHK Frankfurt am Main. Sie entstand bereits im Jahr 2006. Die Kammer hat diese Plattform auf ihrer Internetseite www.frankfurt-main.ihk.de in der Rubrik Ausbildung eingerichtet. Dort ist der Prozess der Berufsausbildung übersichtlich in einzelnen Schritten dargestellt. Es gibt Informationen und Hinweise von der Ansprache der Schüler bis hin zu zusätzlichen Qualifikationen nach Abschluss der Ausbildung und der erfolgreichen Übernahme. Insgesamt 26 Problemfelder werden sehr ausführlich und verständlich behandelt. „Unsere Qualitätsplattform dient als Rechercheinstrument für Ausbilder und Berufsschullehrer für Fragen vor, während und zum Ende der Berufsausbildung“, erklärt Brigitte Scheuerle, Geschäftsführerin Aus- und Weiterbildung bei der IHK Frankfurt am Main. „Sie enthält Materialien, Checklisten und Informationen als Hilfestellung für die Ausbildung.“ Für die beiden Lernorte Betrieb und Berufsschule werden jeweils un-

terschiedliche Materialien bereitgestellt. „Die Aktualisierung stellt für uns eine stetige Herausforderung dar“, betont Brigitte Scheuerle. Mit der Plattform ist die IHK Frankfurt am Main in einen dauerhaften Dialog über die Qualität der Ausbildung mit ihrem Berufsbildungsausschuss getreten. So entstanden Empfehlungen für die Qualität von Bildungsanbietern und auch eine gemeinsame Verabredung, wie die IHK, Berufsschulen und Unternehmen mit Fehlzeiten von Azubis umgehen. „Es gibt aber auch Informationen zum Profil eines idealen Ausbilders oder eines idealen Prüfers und auch zum Preis ‚Exzellenter Ausbilder‘, der in diesem Jahr zum ersten Mal vergeben wird.“

AUSBILDUNGS-MARKETING VERBESSERN

„Um Ausbildungsplätze zu besetzen, sind von Seiten der Unternehmen heute mehr Anstrengungen in Sachen Ausbildungsmarketing erforderlich als früher“, sagt Tobias Lohmann, Sprecher der Geschäftsführung des Bildungswerks der Niedersächsischen Wirtschaft (BNW). Nur gute Qualität anzubieten, genüge nämlich nicht. Man müsse auch für sie werben. Die Betriebe müssten unter anderem dort präsent sein, wo Jugendliche nach Ausbildungsstellen suchen – und das sei neben der Lehrstellenbörse der IHK auch die Suchmaschine Google. „Mit der Eingabe des Ausbildungsberufs in Kombination mit einem Ort begeben sich potenzielle Bewerber dort auf die Suche nach freien

SCHÜLERBEFRAGUNG ZUR BERUFSORIENTIERUNG

Wie kann der Übergang ins Berufsleben einfacher gestaltet werden? (Mehrfachnennungen waren möglich)



Angaben in %
Schülerbefragung: „Wie gut fühlen ihr dich auf den Berufsweg vorbereitet?“
 Das Bildungswerk der Niedersächsischen Wirtschaft (BNW) befragte in Kooperation mit dem Institut für Berufshilfen und Erwachsenenbildung (IBW) der Leibniz-Universität Hannover 5.000 Schüler.
 Umfragezeitraum: 12. bis 16. Juni 2017.

Foto: © Nils Krüger / Quelle Grafik: BNW



Stellen. Suchmaschinenoptimierung gehört daher zu den unumgänglichen Aufgaben des Ausbildungsmarketings.“

Positive Statements von Auszubildenden auf der Unternehmenswebsite oder ein Ausbildungsblog würden den „Anwerbungserfolg“ ebenso befördern wie gute Noten auf dem Arbeitgeberbewertungsportal „kunu“. Lohmann: „Niemand anderes als ein Auszubildender kann glaubwürdiger die Botschaft von der Attraktivität des Unternehmens und der Ausbildung nach außen tragen.“ (Dazu auch Artikel zu den Ausbildungsbotschaftern auf S. 24/25)

„IMMATERIELLE DINGE“ SIND WICHTIG

Unternehmen beschreiten bei der Berufsorientierung neue Wege und setzen auf den Erlebnischarakter. Virtuelle Realitäten kommen ins Spiel. – Warum nicht mal ein Schweißtraining am Simulator? Aus Studien ist bekannt, dass Jugendlichen „immateri-

Foto: Nico Herzog

elle Dinge“ wichtig sind, wie etwa Spaß am Beruf, Betriebsklima, Familienfreundlichkeit sowie Lob und Anerkennung für gute Arbeit. Gerade kleineren Unternehmen bietet sich die Chance, in diesen Bereichen zu punkten und so an Attraktivität erheblich zu gewinnen. Materielle Anreize stehen bei Auszubildenden oft weniger hoch im Kurs. In Form von Jobtickets oder Mietzuschüssen eignen sie sich jedoch dazu, den Radius bei der Auszubildendensuche zu vergrößern. Weiter entfernt wohnende Jugendliche lassen sich mit solchen „Benefits“ und etwas Glück zu einer Bewerbung und Ausbildungsaufnahme bewegen.

◀ **Unternehmen müssen mehr in Ausbildungs-marketing investieren, findet Tobias Lohmann vom BNW**

ANREIZE DURCH NEUE LERNFORMATE

Fakt ist: Ein Ausbildungsangebot allein überzeugt schon lange nicht mehr. Unternehmen müssen heute mehr bieten, weil junge Mitarbeiter Wert auf Chancen zur beruflichen Entwicklung legen. Die Strabag AG mit Hauptsitz in Köln hat daher Neuerungen auf den Weg gebracht. Personalentwicklungsreferentin Laureen Jur: „Anreize lassen sich mit Weiterbildungsangeboten schaffen, die auf die Azubis zugeschnitten sind. Bei Inhouse-Trainings haben unsere Azubis die Chance, eigene Themenwünsche einzubringen – das kommt gut an. Die Lernbereitschaft und Motivation greifen wir gezielt auf. So entsteht nicht zuletzt auch eine enge Bindung an das Unternehmen.“ Um die Ausbildung inhaltlich anzureichern, nutzen etliche Unternehmen zudem die Möglichkeit, eine Weiterbildung (etwa in Fremdsprachen oder IT) zu finanzieren, die für die Ausbildung eigentlich nicht vorgesehen ist. Zertifizierte Zusatzqualifikationen stellen einen echten Mehrwert dar. Auch die Arbeitgeber pro-

Aktuelles Wissen für Ausbilder

Videos erstellen für die Aus- und Weiterbildung
2-tägiger Praxisworkshop
Stuttgart: 21. und 22. Juni 2018

Design Thinking – Ausbildung der Zukunft
2-tägiger Strategieworkshop
Hannover: 27. und 28. Juni 2018
Stuttgart: 3. und 4. Juli 2018

Anmeldung und Info: www.smadias.de/termine
oder Fon 0711 / 34238831

Wissen, was Azubis bewegt.



▲ *Lässt seine Azubis ein paar Tage eine Managementperspektive einnehmen: Ausbilder Rainer Brammer*

▼ *Setzt auf Inhouse-Trainings mit Azubis, die eigene Themenwünsche einbringen: Laureen Jur*

fitieren – denn mit Zusatzqualifikationen lässt sich individuellen Wünschen und betrieblichen Erfordernissen in gleicher Weise begegnen.

IM SPIEL ZUM MANAGER AUF ZEIT

Ein Perspektivwechsel kann ebenfalls mehr Einblick in die Qualität des Ausbildungsbetriebes verschaffen. Eine besonders originelle Idee sind rechtlich nicht selbstständige „Juniorfirmen“ unter dem Schirm des Ausbildungsbetriebs. Azubis lernen hier nicht nur, was es heißt, Azubi zu sein, sondern in einer Testumgebung unternehmerische Verantwortung zu übernehmen, beispielsweise für reale Dienstleistungen oder Waren. Im Idealfall werden aus diesen Azubis die Unternehmer von morgen.

Bei Fernplanspielen des Bildungswerks der Niedersächsischen Wirtschaft (BNW) etwa werden Teams aus jeweils bis zu sechs Auszubildenden zu Managern auf Zeit. Die Teams erhalten ein Handbuch und Zugangsdaten zur Planspiel-Website. Dort erarbeiten sie gemeinsam unternehmerische Entscheidungen, mit dem Ziel, einen hohen Gewinn zu erwirtschaften und gleichzeitig die langfristige Zahlungsfähigkeit des fiktiven Unternehmens zu sichern. Bestenfalls wird über das Fernplanspiel nicht nur Einblick gewährt in unternehmerisches Denken und Handeln, sondern darüber hinaus Interesse geweckt an beruflich-unternehmerischen Perspektiven.

Über die Fernplanspiel-Erfahrungen, die die Drewsen Spezialpapiere GmbH & Co. KG inzwischen gesammelt hat, sagt deren Ausbilder Rainer Brammer: „Unsere Auszubildenden sollen bewusst für ein paar Tage ins Cockpit wechseln und eine Managementperspektive einnehmen. Es entsteht dabei ein Wir-Gefühl, das aus gruppenspezifischer Sicht wertvoll ist. Der Bildungsaspekt ist ebenfalls nicht zu unterschätzen, da die Planspiele hochwertig angelegt sind und eine ganzheitliche Sicht auf alle Geschäftsprozesse unse-

res Unternehmens ermöglichen. Die Auszubildenden verstehen, wie sie ihren Teil dazu beitragen, dass die Prozesse reibungslos ineinandergreifen.“

BESSERE PRÜFUNGEN DANK INTERNET

Jugendliche leben heute im Internet. Folglich geht bei der Prüfungsvorbereitung der Trend hin zu digitalen Lernformaten. YouTube und Co werden zunehmend genutzt, um Wissen zu erwerben und zu überprüfen. Das wird auch durch die hohe Akzeptanz des IHK-Tutorials „Der Report in der Prüfung (Kaufmann/Kauffrau für Büromanagement)“ belegt: In den ersten Wochen ist es bereits über 2.000 mal aufgerufen worden.

Online-Angebote zur Prüfungsvorbereitung, die einen schnellen Überblick über die wichtigsten Informationen verschaffen, werden damit immer wichtiger. Gut für Unternehmen und Auszubildende: Misserfolgsquoten bei Prüfungen lassen sich damit reduzieren. Mit anderen Worten: Wer das Internet gezielt nutzt, verbessert die Qualität seiner Ausbildung.

Das bestätigt auch Dorina Ehrhardt, die den Beruf Industriekauffrau im dritten Lehrjahr bei der DBW Advanced Fiber Technologies GmbH in der Nähe von Göttingen erlernt: „Digitale Medien einzusetzen, kommt meinen Lerngewohnheiten entgegen. Das Angebot finde ich sehr gut, und es hat mir für die Prüfung geholfen.“

FAZIT:

Das deutsche duale Berufsausbildung ist Weltklasse. Davon müssen wieder mehr Jugendliche überzeugt werden. Mit Marketing, einer Qualitätsoffensive und frischen Ideen, die an den Inhalten und den Lernformaten ansetzen, sollte dies gelingen.

Julia Theiler, Wilko Döll, Thilo Kunze

► LEITFADEN „QUALITÄT DER BETRIEBLICHEN BERUFS-AUSBILDUNG“

Beim Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) gibt es einen Leitfaden „Qualität der betrieblichen Berufsausbildung“. Dieser richtet sich in erster Linie an Ausbildungsverantwortliche in Betrieben und an Auszubildende. Auch für Bildungspersonal in Schulen, überbetrieblichen Bildungseinrichtungen und Institutionen im Feld der beruflichen Ausbildung kann der Leitfaden Ansätze zur Qualitätsverbesserung liefern.

Kostenfrei zu bestellen auf der BIBB-Homepage:

[https://www.bibb.de/
veroeffentlichungen/de/
publication/show/7503](https://www.bibb.de/veroeffentlichungen/de/publication/show/7503)

