

**18. Februar 2016**

## **Nachwuchsgewinnung heute und morgen - ein Erfahrungsaustausch**

Statement Herr Fromm (Vorsitzender Berufsbildungsausschuss Zentralverband Deutsches Baugewerbe – ZDB)

### **Nachwuchs gewinnen – Nachwuchs halten**

Der demografische Wandel unserer Gesellschaft ist spürbar und betrifft alle Lebensbereiche. Immer weniger junge Menschen treffen auf immer mehr ältere Menschen. Dabei haben die heute Geborenen versicherungsmathematisch bereits eine durchschnittliche Lebenserwartung von an die 100 Jahre.

Das hat Konsequenzen: für unsere gebaute Umwelt, für Gebäude, Häuser und Wohnungen, aber auch für die Infrastruktur in Städten und Gemeinden. Hier fallen Bauaufgaben zuhauf an und füllen langfristig die Auftragsbücher der Bauunternehmen. Aber der demografische Wandel hat auch Konsequenzen für die sozialen Sicherungssysteme und vor allem für die **Fachkräftesituation** in allen Bereichen unserer Volkswirtschaft. Das gilt auch für die Bauwirtschaft, und damit für die Unternehmen.

### **Auswirkungen auf Bauunternehmen**

Unternehmen benötigen qualifizierte Mitarbeiter/innen, um erfolgreich sein zu können. Durch den demografischen Wandel steigt der Wettbewerb um qualifizierte Arbeitskräfte und erhöht die Notwendigkeit potenzielle Beschäftigte gezielt anzusprechen und für das Bauhandwerk zu begeistern. Gleichzeitig wird es für Unternehmen auch immer wichtiger, gute Mitarbeiter/innen an den Betrieb zu binden.

Zur Fachkräftesicherung bedarf es einer umfassenden Gesamtstrategie, in der viele verschiedene Stellschrauben bewegt werden können – diese reichen von einer passgenauen Ausbildung, einer höheren Erwerbstätigkeit von Frauen, längerer Lebensarbeitszeit bis hin zur besseren Nutzung der Potenziale von Zuwanderern. Dies spiegelt sich in einer ganzen Bandbreite vielfältiger Handlungsansätze wider, die von den Unternehmen verfolgt werden können und auch müssen.

## **Ein wesentlicher Handlungsansatz ist die Ausbildung.**

Wenn Unternehmen Ihren Fachkräftenachwuchs selbst passgenau ausbilden, können Unternehmen vom externen Arbeitskräfteangebot unabhängiger werden.

### **Auszubildende finden**

Vor dem Hintergrund schlagkräftiger Imagekampagnen sowie des höheren Bekanntheitsgrades großer Unternehmen sind bei kleinen und mittelständischen Bauunternehmen inzwischen größere Anstrengungen erforderlich, um trotz rückläufiger Schülerzahlen geeignete Auszubildende zu gewinnen.

## **Künftig muss sich das Unternehmen als Wunscharbeitgeber positionieren.**

### **„Der Betrieb bewirbt sich“ – Wie geht das?**

Betriebe, die talentierte junge Menschen anziehen wollen, müssen ihre Attraktivität als Arbeitgeber und Ausbilder stärken und zeigen, was sie zu bieten haben – sie müssen sich bei den Talenten „bewerben“, um sie für sich zu gewinnen. Sie müssen ihre Stärken kommunizieren und geeignete Instrumente zur Ansprache Jugendlicher entwickeln.

Grundsätzlich gilt: „Bewerbung“ als Ausbildungsbetrieb, Einladungen zum Tag der offenen Baustelle oder zum Betriebspraktikum, auf Medien verbreiten, die von Jugendlichen genutzt werden – und das ist vor allem das Internet. Jugendliche holen sich 80 % ihrer Informationen aus dem Netz.

### **Alle Potenziale ausschöpfen!**

Die Ausbildungsplatzbewerber „stehen nicht mehr Schlange“ vor den Unternehmen – dessen müssen sich Unternehmen bewusst sein.

Ein vielversprechender Lösungsansatz kann es sein, wenn der Kreis derer, die für eine Ausbildung in Betracht gezogen werden, größer wird.

- **Schulabgänger mit schlechteren Noten** können – bei vorhandenem handwerklichem Geschick – auch zu guten Facharbeitern qualifiziert werden.
- **Frauen** als Auszubildende in Betracht ziehen.
- **Realschulabgänger** werben, die eigentlich gerne das Abitur machen würden (oder deren Eltern das wollen), denen Schule allein aber zu theoretisch ist und die deswegen lieber in die Berufswelt einsteigen und greifbare Arbeitsergebnisse mit ihren Händen schaffen wollen.
- **Abiturienten** werben mit besonderen Ausbildungsangeboten.
- **Auszubildende aus dem Ausland** in Betracht ziehen.
- An **Universitäten** werben und Unternehmen dort bekannt machen.
- **Hochschulabbrecher**, die erst im Studium feststellen, dass ihnen die akademische Laufbahn nicht liegt, ansprechen.

**Wenn Unternehmen Auszubildende einstellen wollen, dann ist wichtig:**

- Bedarf an Auszubildenden planen und Anforderungen an die Bewerber und Bewerberinnen festlegen (fachliche Fähigkeiten und Fertigkeiten und persönliche Eigenschaften und Sozialkompetenzen) Nur so können die Bewerber objektiv miteinander verglichen werden.
- Argumente überlegen, mit denen die Jugendlichen für einen Bauberuf begeistert werden sollen.
- Betrieb als vorzüglichen Ausbildungsbetrieb präsentieren.
- Infrage kommenden Jugendlichen ein Praktikum anbieten, um sie vom Betrieb zu überzeugen.

- Suche frühzeitig starten, etwa ein Jahr vor dem geplanten Ausbildungsbeginn. Die guten Bewerber sind schnell unter Vertrag. Ab Juni stehen nur noch Jugendliche zur Auswahl, die sich bisher nicht entscheiden konnten, was sie mit ihrer Zukunft anfangen sollen.
- Geeignete Instrumente zur Ansprache Jugendlicher auswählen, um Werbebotschaft als Ausbildungsbetrieb und Personalbedarf zu kommunizieren.

Und wenn Unternehmen meinen, dass das alles viel zu viel Zeit kostet, dann sollte einmal verglichen werden, wieviel Zeit für die Auswahl einer Maschine oder eines LKW aufgewendet wird und wieviel Zeit für die Suche nach einem Auszubildenden. Wenn ein Ungleichgewicht zugunsten der Maschine oder des LKW festgestellt wird, dann sollte die Strategie überdacht werden.

### **Die Vorteile der dualen Ausbildung müssen die Unternehmen nutzen.**

- **Sicherung des Fachkräftenachwuchses:**  
Indem Betriebe selbst ausbilden, sind sie weniger auf den externen Arbeitsmarkt angewiesen. So können sie mittelfristig trotz zunehmender Auswirkungen des demografischen Wandels ihren Fachkräftebedarf decken.
- **Passgenauigkeit der Fachkräfte:**  
Die Ausbildungsordnungen ermöglichen den Betrieben, auch sehr unternehmensspezifische Besonderheiten im Rahmen der Ausbildung zu vermitteln und auf diese Weise die Auszubildenden genau auf ihren späteren Einsatzbereich vorzubereiten.
- **Gezielte Personenauswahl:**  
Unternehmen werden in die Lage versetzt, potenzielle Mitarbeiter bereits im Vorfeld einer späteren Beschäftigung kennenzulernen und die zu erwartende Arbeitsleistung zuverlässiger beurteilen zu können. Dadurch können sie das Risiko einer späteren Fehlbesetzung von Stellen deutlich reduzieren.

- **Frühzeitige Bindung der Fachkräfte:**

Nach einer mehrjährigen Ausbildung werden Auszubildende die Vorteile des Unternehmens zu schätzen wissen. Der Aufbau von gegenseitigem Vertrauen führt zu einer hohen Bindung zum Unternehmen. Betriebe sollten sich für eine hohe Motivation ihrer Mitarbeiter einsetzen und erreichen, dass diese zu leistungsstarken Stützen des Unternehmens werden.

- **Leistungserbringung:**

Die Auszubildenden wachsen sehr schnell in die Arbeitsabläufe des Unternehmens hinein und sind so schon früh produktiv tätig.

- **Stärkung des Images des Unternehmens:**

Indem Betriebe Jugendlichen eine Zukunftsperspektive geben, werden sowohl der Kunden- und Lieferantenkreis, aber auch vor allem das eigene Personal sowie die Öffentlichkeit den Betrieb als engagierten Ausbildungsbetrieb wahrnehmen.