



AMÖ/Patrick Schroer

Azubis, die gut betreut werden, fühlen sich wohl.

## „Man muss sich die jungen Leute intensiv anschauen“

Die Personalsituation in der Möbelspedition ist angespannt. Neben Kraftfahrern sind besonders Azubis im gewerblichen Bereich in der Möbelspedition Mangelware. Doch wie geht man es am besten an, um die Azubis zu bekommen und an das Unternehmen zu binden? Jemand der weiß, wie das geht, ist Willi Hartmann, Azubi-Coach bei Ahnefeld Möbel-Logistik in Minden. Wir sprachen mit ihm über Azubimanagement, die Beurteilung von Bewerbern, und warum er nicht viel von Ausbildungsmessen hält.

### Herr Hartmann, warum reicht es nicht, das Thema Azubis einfach „laufen“ zu lassen?

Die Zeiten für Ausbildungsbetriebe, insbesondere für gewerbliche Berufe in der Logistik, sind schwerer geworden. Neben der rückläufigen Zahl der Schülerinnen und Schüler drücken Image und Verdienstmöglichkeiten auf die Bewerberbremse. Zudem scheint heutzutage ohne Abitur und Studium keine erfolgreiche Karriere mehr möglich. Deshalb müssen die Unternehmen feste Strukturen zur Aus- und Weiterbildung schaffen.

### Welche Aufgabenbereiche werden durch solche Strukturen abgedeckt?

Das ist sozusagen ein weites Feld und fängt bei der Außenrepräsentation des Unternehmens an. Sie muss auch immer junge Leute im Blick haben, die eine Berufsausbildung anstreben, gezielt deren Bedürfnisse aufgreifen und Fragen beantworten. Außerdem geht es darum, weitere Plattformen zu nutzen, um Nachwuchs zu gewinnen. Weiter gehört ein professionelles Bewerbungsmanagement dazu sowie später die umfassende Betreuung der Azubis.

### Kommen denn eigentlich noch schriftliche Bewerbungen oder läuft das inzwischen alles per E-Mail?

Das ist natürlich von Unternehmen zu Unternehmen verschieden, aber ich denke, die schriftliche Bewerbung ist heute eher die Ausnahme. Für das Unternehmen stellt sich aber so oder so die Frage, wie mit den eingehenden Bewerbungen verfahren wird. Egal, welchen Weg die Bewerbung auch nimmt: eine schnelle Reaktion sollte immer erfolgen. Das Minimum ist eine Eingangsbestätigung, mit dem Hinweis, dass man sich zu gegebener Zeit wieder meldet. Es muss dann klare Abläufe geben, wann die nächste Information herausgegeben wird, aber auch Regeln, in welchen Fällen freundlich und verbindlich abgesagt wird.

### Was ist bei der ersten Beurteilung der Bewerber zu beachten?

Ich warne davor, die Bewerber aufgrund bestimmter Mindestanforderungen wie Realschulabschluss oder „mindestens eine drei in Mathe“ abzulehnen. Einerseits wird hier der – ohnehin schon kleine – Bewerberkreis weiter eingeschränkt. Andererseits ist die Nichterfüllung dieser Parameter kein zuverlässi-

ger Hinweis auf einen ungeeigneten Bewerber. Man muss im Zweifelsfall also bereit sein, sich die jungen Leute sehr intensiv anzuschauen, auch wenn sie auf den ersten Blick vielleicht nicht die Wunschkandidaten sind. Um sich näher kennen zu lernen, kann es deshalb sinnvoll sein, zunächst ein Praktikum zu vereinbaren. Wenn man sich dann für einen Bewerber entschieden hat, geht es darum, optimal seine Ausbildung zu begleiten.

**Wie sieht diese optimale Begleitung aus?**

Die Absprungraten von Auszubildenden hängen auch davon ab, wie gut sich der Azubi im Unternehmen betreut fühlt. Deshalb ist es wichtig, Ausbildungsstellen und Einsatzbereiche der Auszubildenden frühzeitig zu planen. Genauso wichtig sind der Kontakt des Betreuers zur Berufsschule sowie die regelmäßige Kontrolle der Berichtshefte. Wo Defizite erkannt werden, muss frühzeitig mit Stütz- und Ergänzungsunterricht unter die Arme gegriffen werden. Auch bei der Prüfungsvorbereitung sollte man die jungen Menschen nicht alleine lassen. Außerdem bin ich auch Ansprechpartner für die Auszubildenden bei allen Fragen und Anliegen, auch bei Problemen im privaten Bereich.

**Nun kurz zurück zur Außendarstellung des Betriebes in Hinblick auf potentielle Auszubildende. Welche Maßnahmen sollten die Unternehmen ergreifen?**

Die Maßnahmen kann man relativ schnell zusammenfassen, sie umzusetzen ist dann natürlich wieder etwas zeitintensiver. Am Anfang steht natürlich wie schon besprochen eine entsprechende Information auf der eigenen Webseite, die so aufbereitet ist, dass sie die jungen Leute anspricht. – Auch das wird gerne übersehen. Offene Stellen sollten unbedingt bei der Agentur für Arbeit gemeldet werden und auf „meinestadt.de“ abrufbar sein. Wenn Sie einen eigenen Fuhrpark haben, gehören die Hinweise auf Ausbildungsstellen auf die Fahrzeuge. Da Ihre Hauptzielgruppe vor allem Schülerinnen und Schüler sind, müssen Sie Ihre Aktivitäten gezielt auf sie ausrichten. Nehmen Sie an Informationsveranstaltungen der Schulen teil, verteilen Sie „Azubi-Flyer“ in Schulen. Bieten Sie den Schulen Betriebsrundgänge an, und werben Sie bei Schülerinnen und Schülern, ein Praktikum bei Ihnen zu machen. In Nordrhein-Westfalen können Sie außerdem noch an dem Programm KAOA, kein Abschluss ohne Anschluss, teilnehmen.

**Wie wichtig ist es, dass die Möbelspedition ein eigenes Profil gegenüber Ausbildungsinteressenten entwickelt?**

Das ist ein ganz interessanter und entscheidender Punkt. Was unterscheidet denn Ihren Betrieb von anderen Möbelspeditionen? Das fragt sich natürlich auch jeder Azubi, der sich für eine Ausbildung bei einem Möbelspediteur entschieden hat. Deshalb ist es für die Unternehmen wichtig, Alleinstellungsmerkmale in Bezug auf die Ausbildung herauszuarbeiten. Denn neben der pünktlichen Überweisung der Ausbildungsvergütung sollte es für interessierte junge Auszubildende noch mehr geben. Das kann eine besondere Unterstützung während der Ausbildung sein, spezielle Lehrgänge, die Möglichkeit, zu einem Austauschaufenthalt in einer anderen Stadt oder in einem anderen Land, Bonusprogramme und vieles mehr.

**In Ihren Tipps ist Facebook nicht aufgetaucht. Ist das keine gute Plattform, um auf freie Ausbildungsstellen hinzuweisen?**

Facebook wird von den jungen Leuten längst nicht mehr so

stark genutzt wie noch vor Jahren. Zudem ist ein Facebook-Auftritt sehr zeitintensiv, denn Sie müssen ständig aktualisieren, um eine Überalterung der Informationen zu verhindern. Deshalb sehe ich persönlich Facebook bei weitem nicht mit oberster Priorität. Das gilt auch für Anzeigen in der Lokalzeitung. Meiner Ansicht nach kann man dieses Geld besser verwenden, da der Anteil an zeitunglesenden Jugendlichen aus meiner Erfahrung gen Null tendiert. Oftmals kommen die Jugendlichen auch aus Elternhäusern, in denen das nicht unterstützt wird. Auch die Teilnahme an Ausbildungsmessen sehe ich im Gegensatz zu vielen anderen kritisch. Meine Erfahrung ist dabei, dass neben den oftmals unangemessen hohen Standgebühren und den Personalkosten nicht klar ist, ob und wie viele geeignete Kandidaten kommen. Konkretes Interesse ist in vielen Fällen lediglich gegenüber den Werbeatikeln vorhanden. Somit aus meiner Sicht eher eine Verschwendung von Ressourcen.

**Ihre Tipps zum Abschluss des Gesprächs?**

Stellen Sie sich darauf ein: Der Weg zu einer funktionierenden Nachwuchsgewinnung verläuft nicht immer gerade, im Gegenteil, bestimmt werden auch nach erfolgreicher Installation immer wieder Dinge passieren, die schwer zu verstehen und trotzdem nicht vorhersehbar waren. Ein Neuaufbau dauert seine Zeit. Es ist eine Illusion zu glauben, dass man nur für eine oder zwei Aktionen Geld in die Hand nehmen muss, damit anschließend die eingehenden Bewerbungen das Postfach sprengen. Es geht mehr in Richtung einer Pflanze, welche erst noch gesät werden möchte. Sobald sich aber erste Erfolge einstellen, macht ein solches Projekt noch mehr Spaß. Auch eine gute Ausbildungsumgebung spricht sich herum: das Netzwerk jugendlicher Bewerber ist oftmals erstaunlich groß. Und der Klassiker: es ist nie zu spät. Für alle Maßnahmen im Rahmen der Nachwuchsgewinnung gilt die Prämisse: der Köder muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler!

**Zur Person:**

Willi Hartmann ist 43 Jahre alt und gelernter Speditionskaufmann. Nach seiner Ausbildung arbeitete er in unterschiedlichen Logistikunternehmen. Ab 2008 mit dem Schwerpunkt Aus- und Weiterbildung. Seit 2013 unterstützt er Betriebe zu den Themen Nachwuchsgewinnung und Personalcoaching als selbständiger Unternehmensberater.



Mediaprojekt GmbH