

AZUBIS WERBEN AZUBIS

Junge Menschen entscheiden sich vermehrt für eine längere Schullaufbahn mit anschließendem Studium. Die Folge: Vielen Betrieben fällt es zunehmend schwer, freie Ausbildungsstellen zu besetzen. Das Programm der »Ausbildungsbotschafter« steuert gegen – mit Azubis, die authentisch vom Alltag und den Vorzügen der dualen Berufsausbildung berichten können.

TEXT Jule Mott FOTOS Klaus Mai



Ausbilder Christoph Arras (links) mit Azubi Fritz Durstewitz in der betriebseigenen Ausbildungswerkstatt von Wirthwein Medical in Nieder-Ramstadt.

Wie bringt man Schulabgänger und Ausbildungsbetriebe zusammen? Manchmal sind es glückliche Umstände. Fritz Durstewitz zum Beispiel wusste nur, dass er beruflich etwas mit Metall machen möchte. Seine Mutter machte ihn dann auf Wirthwein Medical in Nieder-Ramstadt aufmerksam. Das mittelständische Unternehmen produziert Kunststoffteile für die Bereiche Medizintechnik, Diagnostik und Pharma und bildet unter anderem zukünftige Werkzeugmechaniker aus. Nach einem zweitägigen Praktikum war für Fritz Durstewitz klar: »Das passt!« Nun werkelt er bereits im dritten Lehrjahr in der betriebseigenen Ausbildungswerkstatt und ist mit seiner Entscheidung, erst mal eine Ausbildung einem Studium vorzuziehen, absolut zufrieden.

»Die Zeiten, in denen man eine Ausbildungsstelle ausschreibt, Bewerbungen erhält und sich einen Kandidaten aussucht, sind vorbei.«



Christoph Arras
Ausbilder bei Wirthwein Medical

Für diesen Weg entscheiden sich allerdings immer weniger Schulabgänger. »Das ist ein vielfältiges Problem«, sagt Christoph Arras, Ausbilder bei Wirthwein Medical. »Durch den demografischen Wandel haben wir schlicht weniger Jugendliche. Aber wir beobachten auch eine zunehmende Akademisierung der Gesellschaft. Und schließlich gibt das Bildungssystem im Bereich Technik leider nichts her.«

NEUE WEGE BEI DER AZUBI-SUCHE

Doch der Ausbilder sieht auch die Betriebe in der Bringschuld: »Die Zeiten, in denen man eine Ausbildungsstelle ausschreibt, Bewerbungen erhält und sich einen Kandidaten aussucht, sind vorbei.« Darum nutzt Wirthwein Medical unter anderem Ausbildungsmessen, virtuelle Betriebsrundgänge und Kooperationen mit Schulen, um Schüler*innen auf die Vorzüge einer dualen Berufsausbildung aufmerksam zu machen. Und: Seit eineinhalb Jahren engagiert sich Wirthwein Medical als Ausbildungsbotschafterbetrieb.

Bei dieser Initiative stellen Betriebe ihre Auszubildenden für Schulbesuche frei, bei denen sie Schüler*innen von ihrem Arbeitsalltag und ihrem Werdegang berichten – und eben auch eine Lanze für die duale Berufsausbildung brechen.

Das Programm wurde von mehreren IHKs ins Leben gerufen. Die IHK Darmstadt Rhein Main Neckar hat bereits 30 Betriebe gewonnen, die insgesamt rund 100 Ausbildungsbotschafter bereitstellen. Diese waren im Jahr 2022 an gut 40 Schulen im Einsatz – virtuell und in Präsenz.

Um die Organisation kümmert sich Jessica Busalt vom Team Aus- und Weiterbildung der IHK Darmstadt. Die anstehenden Termine werden per E-Mail an die Ausbildungsbotschafter verschickt, und die Azubis entscheiden nach Rücksprache mit ihrem Betrieb, ob sie teilnehmen.

»Wenn wir eine Schulklasse besuchen, führe ich kurz in die Veranstaltung ein, dann übergebe ich das Wort an die Azubis«, erläutert Jessica Busalt. »Sie geben Einblicke in ihren Arbeitsalltag und beantworten die Fragen der Schüler*innen. Da sie selbst Azubis sind, vermitteln sie ein authentisches Bild ihres eigenen Ausbildungsberufs, und sie sind vom Alter auch noch sehr nah an der Zielgruppe.«

KEINE HEMMUNGEN, FRAGEN ZU STELLEN

Das weiß man auch bei Erlenbacher Backwaren in Groß-Gerau zu schätzen. Der Spezialist für tiefgekühlte Backwaren bildet Fachkräfte für Lebensmitteltechnik, Fachkräfte für Lagerlogistik und Industriekaufleute aus. Wie Wirthwein Medical hat auch Erlenbacher Backwaren Schwierigkeiten, Ausbildungsstellen zu besetzen. »Das wird immer problematischer, gerade in gewerblichen Berufen«, bestätigt Katharina Reinshagen. Als HR Business Partner kümmert sie sich unter anderem um die Themen Ausbildung, Recruiting und Bewerbermanagement. Da Erlenbacher Backwaren nicht klassisch im Einzelhandel vertreten ist, sondern Großhandel, Gastronomie und Hotellerie in 44 Ländern weltweit beliefert, sei man als Marke beim Endverbraucher wenig bekannt.



»Wenn Azubis selbst von ihren Erfahrungen berichten, entsteht eine bessere Verbindung und eine größere Offenheit.«

Katharina Reinshagen
HR Business Partner bei
Erlenbacher Backwaren
Foto: Katharina Reinshagen

Ähnliches gilt auch für die Ausbildungsberufe. Unter Lagerlogistik könnten sich viele noch etwas vorstellen, aber was verbirgt sich hinter Lebensmitteltechnik? »Doch auch bei Industriekaufleuten wird die Lage schwierig, da viele Schüler*innen den Weg ins Studium wählen«, berichtet Katharina Reinshagen. »Wir müssen uns also etwas einfallen lassen, um junge Menschen auf uns aufmerksam zu machen und für eine Ausbildung zu begeistern.«

Als die Personalexpertin im Jahr 2020 zu Erlenbacher Backwaren kam, nahm das Unternehmen bereits am Programm der Ausbildungsbotschafter teil – und für sie stand es außer Frage, es fortzuführen. »Die Vorteile sind vielfältig. Zum einen profitieren wir als Unternehmen, weil wir nicht nur eine einzige Schule besuchen, sondern in verschiedenen Schulen in der Umgebung präsent sind – das könnte ich selbst gar nicht



Fritz Durstewitz ist bereits im dritten Lehrjahr. Er hat seine Entscheidung nicht bereut, eine Ausbildung dem Studium vorzuziehen.

abdecken«, sagt Katharina Reinshagen. Entscheidend sei aber auch der Gedanke, das Unternehmen und das Thema Ausbildung durch junge Menschen vorstellen zu lassen, die in einem ähnlichen Alter sind und selbst gerade die Ausbildung machen. »Es ist einfach etwas anderes, wenn Azubis selbst von ihren Erfahrungen berichten. So kann eine bessere Verbindung und auch eine größere Offenheit entstehen. Viele junge Schüler*innen haben dann auch weniger Hemmungen, Fragen zu stellen.«

Doch auch die Auszubildenden profitieren von einer Teilnahme. Als Vorbereitung für ihre Tätigkeit als Ausbildungsbotschafter bietet die IHK eine Schulung an, in der auch Präsentationstechniken geübt werden. »Da nehmen unsere Azubis auch noch einmal eine ganze Menge mit«, hat Katharina Reinshagen beobachtet. »Durch die Vorstellung in den Schulen reflektieren sie viel. Zudem nimmt es ihnen die Angst, vor Publikum zu sprechen, es gibt ihnen mehr Sicherheit, sie sprechen über das, was sie täglich tun – das macht ihnen Freude und bringt sie weiter.«

Das kann Fritz Durstewitz nur bestätigen. »Ich rede gerne über meinen Beruf, und es macht mir sehr viel Spaß, andere dafür zu begeistern«, sagt der Azubi von Wirthwein Medical.



»Ich rede gerne über meinen Beruf, und es macht mir sehr viel Spaß, andere dafür zu begeistern.«

Fritz Durstewitz
Auszubildender bei
Wirthwein Medical

Der zeitliche Umfang hält sich dabei in Grenzen. »Manchmal bin ich einmal im Monat zu Gast an einer Schule, manchmal alle zwei Monate.« Bei Erlenbacher Backwaren sieht es ähnlich aus. »Wenn es in die Bewerbungsphase geht, kommen schon mal häufiger Anfragen«, sagt Katharina Reinshagen. »Aber schließlich steht es unseren Azubis frei, ob sie zusagen oder nicht. Gerade vor Prüfungen wird auch mal nein gesagt.«

EIN EINSATZ, DER SICH LOHNT

Sowohl Erlenbacher Backwaren als auch Wirthwein Medical wurden vor Kurzem für ihr Engagement als Ausbildungsbotschafterbetriebe 2022 ausgezeichnet. Für deren Ausbilder überwiegen ganz klar die Vorteile. »Ein Azubi, der positiv vom Beruf und vom Betrieb erzählt, der dem ein oder anderen ein bisschen Klarheit in der Berufswahl verschafft – da ist so viel gewonnen«, bekräftigt Christoph Arras. »Man muss das größer sehen, denn die Azubis machen auch Werbung für die duale Berufsausbildung allgemein. Und das ist eine enorm wichtige Sache.«

Dem kann Katharina Reinshagen nur zustimmen. »Junge Menschen sind unsere Fachkräfte von morgen«, sagt die Personalerin. »Wir sind sehr stolz auf unsere Auszubildenden, und wir haben viele Mitarbeiter*innen, die wir ausgebildet haben und die sich über die Jahre sehr stark weiterentwickelt haben.« Mehraufwand durch eine Teilnahme am Programm haben Betriebe übrigens nicht zu befürchten. »Die Organisation ist super«, bestätigt Christoph Arras. »Ich muss mir als Betrieb keine Sorgen machen, sondern einfach nur die fehlende Zeit einplanen – und die sollte man in jedem Fall zur Verfügung haben.«