

„Sie wollen lernen, worauf sie Bock haben“

Tobias Böse von der Kreishandwerkerschaft Nordwestmecklenburg-Wismar weiß, was Jugendlichen bei der Berufswahl heute wichtig ist – und was nicht

WISMAR Es hört sich dramatisch an: Im Vergleich zum Vorjahr wurden in Betrieben, die in der Kreishandwerkerschaft Nordwestmecklenburg-Wismar organisiert sind, in diesem Jahr nur die Hälfte der Ausbildungsverträge abgeschlossen. Der Mann, den das nicht aus der Ruhe bringt, heißt Tobias Böse. Der 42-Jährige ist Leiter des landesweiten Projekts „Das Beste am Handwerk“ und optimistisch, den Rückstand weitestgehend aufzuholen. Im Interview beantwortet Tobias Böse die Fragen von SVZ-Redakteur Holger Glaner.

254 Jugendliche begannen im vergangenen Lehrjahr eine Ausbildung bei Mitgliedsbetrieben der Kreishandwerkerschaft. Warum sind es aktuell nur 123?

Tobias Böse: Ein Grund dafür ist der Unterricht, der ausgefallen ist. So fand in den Schulen keine Berufsorientierung statt, zudem sind Job- und Ausbildungsmessen ausgefallen. Der direkte Kontakt fehlt in allen Lebensbereichen aufgrund der Corona-Problematik.

Was nun?

Wir malen den Teufel nicht an die Wand und warten ab. Der Einbruch wird sich nach und nach regulieren. Bis zum 1. September haben wir noch ein wenig Luft nach hinten, viele Jugendliche und Firmen warten noch ein wenig ab, dazu kommen bis Jahresende immer ein paar Nachzügler. Offene Stellen gibt es noch in allen Bereichen. Ich denke, dass wir auf zirka 200 Ausbildungsverträge in 2020 kommen werden. Die Firmen sind nach wie vor auf der Suche nach Azubis, wobei wir sie mit allen Mitteln unterstützen.

In welchen Branchen drückt der Schuh denn besonders?

Traditionell in der Elektrotechnik sowie Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik. Das ist bereits seit Jahren so. Von Berufen in diesen Zweigen haben die Jugendlichen eine völlig falsche Vorstel-

lung. Da werden eben nicht nur Steckdosen angeschraubt oder Wasserhähne montiert. Hier fehlt wie in anderen Berufsfeldern auch die rechtzeitige Aufklärung, insbesondere und vor allem auch während der Berufsorientierung in den Schulen. Darum setzen wir auf die landesweite Kampagne „Das Beste am Handwerk“, die wir als Kreishandwerkerschaft Nordwestmecklenburg-Wismar für unsere Innungsbetriebe im Jahr 2017 ins Leben gerufen haben.

Soll heißen?

Die Betriebe bilden ja nicht aus Langeweile aus. Sie wollen die Jugendlichen aus- und weiterbilden, als Fachkraft im Unternehmen halten und dadurch bestenfalls vielleicht sogar die Unternehmensnachfolge regeln. Wenn wir hingegen für unsere Ausbildungsberufe niemanden begeistern können, wird es schwierig. Berufsorientierung allein reicht also nicht aus.

Wir müssen viel früher ansetzen, die Jugendlichen genau dort abholen, wo sie sich aufhalten und informieren. In sozialen Netzwerken wie Youtube, TikTok, Instagram, Snapchat. Denn die Marketing-Landschaft zur Information und Rekrutierung von Auszubildenden hat sich in den vergangenen Jahren komplett gedreht, Zeitung liest von den Jugendlichen niemand mehr.

Und wie funktioniert das Ganze?

Sinn des landesweiten Projektes ist, zeitgemäß, authentisch und ehrlich zu zeigen, was am Handwerk so einzigartig und besonders ist, was die Ausbildung so interessant macht. Dafür nehmen Lehrlinge unserer Mitgliedsunternehmen ein Video auf, das über einen QR-Code auf sprechenden Plakaten und Aufstellern einer breiten Öffentlichkeit bekannt gemacht wird. Die sprechenden Plakate hängen beispielsweise in Jugendclubs, Schulen, Schulbussen und Jugendzentren. Darüber kann jeder, den es interessiert, den QR-



Das Beste am Handwerk: Projektleiter Tobias Böse vor einigen der Protagonisten dieser landesweiten Ausbildungskampagne. FOTO: HOLGER GLANER

Code scannen und lauschen, was der oder die Azubis zu berichten haben, was sie wo lernen und was sie toll finden.

Über welche Kanäle informieren sich Jugendliche heute über mögliche Ausbildungsberufe und -betriebe?

Der Zwischenstand einer Umfrage, die wir aktuell durchführen, zeigt, dass hier soziale Medien ganz vorn liegen, gefolgt vom regionalen Umfeld wie Freunden und Bekannten sowie den Internetseiten der Unternehmen. Das bestätigt einerseits unsere Ausbildungskampagne und andererseits wie wichtig auch für kleine Betriebe eine Internetpräsenz ist. Ich sage

unseren Mitgliedern immer wieder: Wenn ihr im Internet nicht zu finden seid, dann gibt es euer Unternehmen für die Jugendlichen auch nicht. Hier unterstützt das Projekt „Das Beste am Handwerk“, indem es die regionalen Ausbildungsbetriebe, die selbst nicht in den sozialen Medien vertreten sind, auf den eigenen Kanälen mit Aktionen präsentiert und so bekannt macht.

Bei einem Überangebot von Ausbildungsplätzen können sich die Jugendlichen ihren Favoriten quasi aussuchen. Welche Faktoren spielen dabei eine Rolle?

Es mag überraschend klingen, aber die Jugendlichen

wollen nicht irgendeinen Job, nur um Geld zu verdienen. Sie wollen einen, der ihnen Spaß macht und ein tolles Team. Und deshalb wählen sie gezielt aus, verschaffen sich einen Eindruck vom Unternehmen, vom Team, vom Chef und auch darüber, wie modern und innovativ ein Betrieb ist. Sie wollen lernen, worauf sie wirklich Bock haben, unabhängig vom Lehrlingsgehalt - wobei das natürlich auch eine Rolle spielt.

Ausbildungsbetriebe, die Azubis mit Geld locken, werden am Ende einen Azubi haben, der ausschließlich wegen des Geldes dort ist. Wenn sich die Auszubildenden dann im Unternehmen irgendwann nicht mehr wohl

HINTERGRUND

Das Beste am Handwerk

Das Projekt „Das Beste am Handwerk“ wurde im Jahr 2017 von der Kreishandwerkerschaft Nordwestmecklenburg-Wismar ins Leben gerufen und 2019 in Partnerschaft mit allen Kreishandwerkerschaften auf ganz Mecklenburg-Vorpommern ausgeweitet. Mittlerweile streut die Aktion sogar deutschlandweit, aktuell verzeichnet sie allein bei Instagram über 7300 Abonnenten mit einer durchschnittlichen Reichweite von über 84 000 Nutzern.

In dem Projekt wird mit den Azubis der einzelnen Gewerke als Botschafter für die jeweiligen Berufe und Ausbildungsbetriebe geworben, um diese regional bekannt zu machen. Diese Botschafter gelten als besondere Einflussfaktoren, weil sie von innen heraus über ihren Ausbildungsbetrieb und -beruf berichten und deshalb als besonders glaubwürdig gelten. Sämtliche gewerkübergreifende Inhalte wie Veranstaltungen, Aktionen oder Kooperationen wie beispielsweise mit den DJ-Musikclips werden im Internet und vor allem in den sozialen Medien verbreitet und erreichen durch den Schwarmeffekt genau die Zielgruppe, die die Handwerksbetriebe brauchen.



Zusätzliche Inhalte im Internet unter

www.Das-Beste-am-Handwerk.de

fühlen, sind sie logischerweise schnell wieder weg, egal wie viel Geld sie dort verdienen. Ich glaube fest daran, dass man junge Menschen für ein Handwerk begeistern kann, wenn man ihnen möglichst viel von sich zeigt. Von der Firma, dem Gewerk, dem Team. Von den echten realen Menschen, die mit Herzblut dabei sind und darüber berichten was an dem Beruf, dem Gewerk so toll ist.

Bis wann können Spätzügler sich noch für eine Ausbildung in einem handwerklichen Beruf für das Lehrjahr 2020/21 entscheiden?

Sie können jederzeit einsteigen, sogar noch im November oder Dezember.