

# „Immer wieder Zukunft“ – auch oder insbesondere im Bereich Ausbildung?

Zwiegespräch einer Ausbilderin

„Immer wieder Zukunft“ lautet der Leitspruch des seit 1872 bestehenden Dortmunder Traditionsunternehmens Louis Opländer Heizungs- und Klimatechnik GmbH. Immer wieder Zukunft – auch oder insbesondere im Bereich Ausbildung?



Anke Seelig,  
Assistentin  
der Geschäftsführung  
und Ausbilderin,  
Louis Opländer Heizungs-  
und Klimatechnik GmbH,  
Dortmund

Wünscht sich nicht jeder Unternehmer den langfristigen Erfolg mit einem festen Stamm an Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern? Sind fähige und loyale Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nicht das wertvollste Gut?

Doch wie und wo sind fähige, gutwillige Mitarbeiter zu finden? Und wie können diese gebunden werden? Bereits mit dem Arbeitsvertrag, nach der ersten Lohn- oder Gehaltserhöhung oder erst nach Jahren der Betriebszugehörigkeit? Oder kann das doch schon früher gelingen, vielleicht sogar viel früher? Die Ausbildung von jungen Menschen ist für ein Unternehmen eine bedeutende Investition in die Zukunft. Und diese Investition erhält einen stetig steigenden Wert, sie wird das wesentliche Instrument zur Personalgewinnung. Aber wann beginnt Ausbildung?

In Zeiten von Fachkräftemangel, raschem technischem Fortschritt und schnell ablaufenden gesellschaftlichen Umbrüchen beginnt die Ausbildung noch weit vor Unterzeichnung des Ausbildungsvertrages. Für alle Branchen gilt der demographische Wandel, es gibt schlicht nicht mehr so viele junge Männer und Frauen wie früher und trotz Gleichstellung der Geschlechter interessieren sich nur wenige Frauen für die Baubranche. Die Unternehmen beklagen rückläufige Bewerberzahlen, obwohl die Technische Gebäudeausrüstung einen immer höheren

Wertanteil an den Baukosten einnimmt und die verwendeten Technologien hochmodern, umweltfreundlich, sauber, innovativ und anspruchsvoll sind. Der Austausch mit anderen Ausbildern zeigt, dass alle Bereiche ausnahmslos über rückgängige Bewerberzahlen klagen – nicht nur die TGA. Es heißt, es liegt auch am schlechten Image des „Klempner-Berufs“.

## Wir Unternehmen müssen unsere Bewerber selbst kreieren

Längst erhalten die Unternehmen spärlich Bewerbungen. Die in der Schule vermittelten Fähigkeiten und Fertigkeiten sowie die charakterliche Bildung der wenigen Bewerber sind nicht immer tadellos. Das Engagement

der Schulen lässt aufgrund permanenter Bildungsreformen, straffer Zeitplanung und begrenzter Ressourcenausstattung kaum noch Raum für die Ausbildungsvorbereitung.

Es liegt also an uns, den Unternehmen, sich darum zu kümmern, dass sich junge Menschen bei uns bewerben. Wir müssen direkt auf die Schulen, die Lehrer, die Schüler und die Eltern zugehen, um Grundlagen für den Erwerb beruflicher Handlungsfähigkeit zu schaffen. Steter Tropfen höhlt den Stein. Die Erfahrung zeigt, dass nicht nur Schüler auf Berufe und Unternehmen aufmerksam gemacht werden müssen, sondern und insbesondere auch deren Eltern. Werden die Eltern über die Chancen und tatsächlichen Umstände der Berufe in der TGA aufgeklärt, werden



Für junge Menschen sind attraktive berufliche und persönliche Entwicklungsmöglichkeiten entscheidend.

Foto: Louis Opländer GmbH



mittelbar auch die Schüler erreicht. Praxistage in den Schulen, im Betrieb oder in beiden Einrichtungen, die Teilnahme an Elternabenden und das Angebot von zusätzlichen Praktikumsplätzen schaffen schon frühzeitig Bekanntheit, bestenfalls eine erste Bindung. Das bedeutet auch finanziellen Aufwand, der früher so nicht bekannt war und der in die Kostenbudgets noch nicht eingeflossen ist.

### Wir Unternehmen müssen die richtige Zielgruppe ansprechen

Die Absolventen welcher Bildungszweige gilt es anzusprechen? Rein statistisch gesehen, ist heute das Gymnasium die Hauptschule. Mehr als die Hälfte eines Jahrgangs strebt dort ihren schulischen Abschluss an und realisiert ihn zumeist auch dort. Die Hauptschule von früher ist statistisch und leider oft auch inhaltlich zur Sonderschule geworden. Somit stellt sich die Frage, wollen und können Unternehmen angehende Abiturienten für einen gewerblichen Ausbildungsberuf gewinnen? Ja – denn Studiengänge sind nicht die einzigen zukunftsweisenden Ausbildungen.

Die Devise heißt Aufklärung. Wir wissen alle, dass sich der Anspruch an die gewerblichen Ausbildungsgänge der TGA-Branche deutlich verändert hat und deutlich gestiegen ist. Das Berufsbild des Mechatronikers für Kältetechnik hat sich beispielsweise in den letzten Jahren immer wieder gewandelt: Heute kann er nun als Spezialist der TGA bezeichnet werden, auch dank angewandter MSR-Technik.

Auch wenn wir Fachleute uns des hohen Anspruchs der Ausbildung bewusst sind, wie wollen wir die Abiturienten als zukünftige Spezialisten gewinnen? Betrachten wir den klassischen Bachelor- oder Master-Absolventen: Ausgestattet mit einer Menge Fachwissen neben Softskills mit Blick auf Führung und Zusammenarbeit doch vor allem das Alltags- und Praxiswissen.

### Wir Unternehmen müssen bereit sein, Aufwand und Kosten zu tragen

Einerseits beklagen sich viele Betriebe über die intensive Betreuung von Auszubildenden des dualen Studiums. Andererseits bevorzugen viele Betriebe diese Methode, das gelernte Wissen mit der Praxis zu verbinden, um so echte Köpfer in den wesentlichen Kompetenzfeldern auszubilden. Passt die Erwartung der Arbeitgeber nicht zu der Realität des Hochschulalltags oder passt die Erwartung der jungen Menschen nicht in die Realität des Stellenmarktes? Schließlich steht schon im Berufsbildungsgesetz: „Die



Mit dem Funken der Begeisterung bei der Ausbildung

Foto: Louis Opländer GmbH

Berufsausbildung hat die für die Ausübung einer qualifizierten beruflichen Tätigkeit in einer sich wandelnden Arbeitswelt notwendigen beruflichen Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten (berufliche Handlungsfähigkeit) in einem geordneten Ausbildungsgang zu vermitteln. Sie hat ferner den Erwerb der erforderlichen Berufserfahrungen zu ermöglichen.“<sup>1</sup>

Die duale Ausbildung war schon immer teuer und die Kosten werden weiter steigen, wenn die angesprochenen Maßnahmen ergriffen werden. Sollen die Unternehmen dann noch ihrer gesellschaftlichen Verantwortung nachkommen, als Stichworte seien „Inklusion“ und „Integration“ genannt, sehen sich die meisten nicht mehr in der Lage, gemäß ihren eigenen Ansprüchen und Erwartungen auszubilden.

### Wir Unternehmen müssen unsere Mitarbeiter emotional und real binden

Zahlreiche Studien belegen, dass die Mehrheit der Mitarbeiter nicht allein wegen des Geldes den Arbeitgeber wechseln würde. Monetäre Anreize sind mit Sicherheit notwendig, doch bei weitem nicht ausreichend für die Mitarbeiterbindung. Vielmehr sind es sinnvolle, angemessen verantwortliche Aufgaben während und nach der Ausbildung, persönliche Wertschätzung, angemessener Umgangston oder auch einfach nur ansprechende Arbeitskleidung, die die gewünschte „Corporate Identity“ bzw. Bindung erzeugen.

Attraktive berufliche und persönliche Entwicklungsmöglichkeiten sind vor allem für junge Menschen entscheidend. Am Ende der Ausbildung steht also der Anfang der Fortbildung, das heißt: die arbeitsvertraglich flankierte Unterstützung bei weiterführender, berufsbegleitender Fortbildung, die so die erwünschte Bindung schafft.

### Wir Unternehmen müssen bereit sein, gewohnte Handlungsmuster zu verlassen

Fakt ist, Unternehmen und Bewerber müssen sich bewegen, gedankliche Hürden abbauen und die Trends der Zeit mit Altbewährtem verbinden. Tradition bedeutet nicht, kalte Asche anzubeten, sondern das Entfachen eines neuen Feuers aus vorhandener Glut.<sup>2</sup> Traditionelles Handwerk ist auch die Bereitschaft zum stetigen Wandel – darauf sind wir, die Louis Opländer GmbH seit 1872 stolz: „Immer wieder Zukunft“.

Konkret bedeutet das: Mit den Schulen Kontakt aufnehmen. In den Schulen die Schüler, die Eltern und die Lehrer informieren. Gewerbliche Auszubildende auch an den Gymnasien suchen. Fertig Ausgebildete nicht einfach zum Wettbewerber oder in das folgende Studium ziehen lassen, sondern durch attraktive Entwicklungsmöglichkeiten an das Unternehmen binden. ◀

<sup>1</sup> §1 (3) BBiG.

<sup>2</sup> In Anlehnung an Thomas Morus, Politiker, 1478-1535.