

Das Betriebsklima muss stimmen!

Auf der Regionalversammlung in Stuttgart erläuterte Albrecht Bühler seine Vorstellung einer erfolgreichen Nachwuchswerbung.



Wie sich Ausbildungsbetriebe für die neue Nachwuchsgeneration fit machen, hierüber referierte Albrecht Bühler. | Foto: Petra Reidel

„Die Ressource Mensch wird immer knapper und wertvoller, weshalb wir heute bildlich gesprochen eigentlich jeden Stein umdrehen müssen, um genau zu sehen, welcher Schatz sich im Inneren verbirgt“, erklärte Albrecht Bühler, Regionalvorsitzender der Region Stuttgart seinen Kollegen im Vortrag „Attraktive Unternehmen für die Fachkräfte von Morgen“. Die Nachwuchskräfte werden in Zukunft einen nicht zu leugnenden Anteil am betrieblichen Erfolg haben, ist sich Bühler sicher. In der heutigen, schnelllebigen Zeit sollte man auch nicht davon ausgehen, dass Dinge, die in der Vergangenheit funktioniert haben, so für die Zukunft übernommen werden können.

Die Generation „und“

Zur Generation Y gehören die zwischen 1980 und 2000 geborenen Jugendlichen, die nun sukzessive auch in die Führungsebenen der Unternehmen nachrücken, die meist noch von der Generation X (1965-1980) oder den Baby

Boomern (1955-1965) geführt werden. „Zwischen diesen Generation liegen mittlerweile Welten, denn jede hat eine andere Erziehung genossen sowie ein unterschiedliches Wertesystem erfahren“, erklärt Bühler. Die Generation Y wird gerne als Generation „und“ beschrieben, denn diese Jugendlichen möchten beispielsweise Sicherheit und Spaß bei der Arbeit, aber auch gute Arbeitsbedingungen und Zukunftsperspektive. Sie bringen Leistung und erwarten Flexibilität vom Unternehmen, um die eigene Freizeit zu gestalten.

Flexibilität kostet nichts

„Flexibilität ist aus meiner Sicht eine Ware, die uns nichts kostet, außer einem Umdenken und hierfür müssen wir unser Gehirn benutzen. Wenn die Freizeitveranstaltung bis Montag geht, dann ist der Arbeitsbeginn eben erst am Dienstag und dafür aber um so motivierter“, weiß Bühler aus eigener Erfahrung. Selbstbestimmung ist diesen Menschen sehr viel mehr

wert als Geld. Zudem müssen sie in ihrem Job einen Sinn erkennen. „Dies alles kann ein GaLaBau-Unternehmen problemlos und ohne Umstrukturierung bieten und deshalb dürfen wir uns diesen Vorteil auch zu Nutzen machen, um zum Talentmagnet zu werden“, so Bühler, der der Meinung ist, dass zu viel Druck lediglich zu Druckstellen führt und zwar nicht nur beim Obst. Folgende Impulse aus der zwei Monate alten MC Donalds-Studie 2013 hält er deshalb für wichtig: Freunde und Familie rangieren bei der Generation Y ganz oben und die hierfür benötigte Zeit muss man diesen Jugendlichen zugestehen. Die Eltern-Kind-Konflikte, die es früher gab, sind sozusagen durch, auch die Beziehung in der Familie hat sich verändert. Nach wie vor findet es ein Drittel aller Jugendlichen schwer, den richtigen Ausbildungsplatz zu finden.

Heutige Wahlmotive

Da Sicherheit sehr wichtig geworden ist, spielt es in dieser Generation sehr wohl eine Rolle, ob man nach der Ausbildung übernommen wird oder nicht. Darum sollte man diese Entscheidung seinen Azubis möglichst früh und nicht erst nach der Prüfung mitteilen. Ellenbogen sind nicht mehr gefragt, heute steht das gute Team, in welchem sich alle verstehen und Auszubildende frühzeitig mit einbezogen werden, ganz oben. Diese Generation möchte Verantwortung übernehmen, selbstständig arbeiten und einen fitten Ausbilder als Ansprechpartner. So akzeptiert werden wie man ist, gehört ebenfalls zu den Ansprüchen dieser jungen Menschen.

Die Umsetzung im Betrieb

Sicherheit, Vertrauen, ein harmonisches Team, Herausforderungen und Entwicklungsmöglichkeiten bieten, stehen auf der Wunschliste, die das Unternehmen zukünftig zu erfüllen hat. Laut Bühler eine wichtige Aufgabe und für ihn gehören hierzu zum Beispiel die Ausstattung der Azubis mit gutem Werkzeug, regelmäßige Mitarbeitergespräche und das Angebot des

Chefs, jederzeit ein offenes Ohr zu haben. „Nichts gesagt ist genug gelobt, funktioniert nicht mehr. Wir brauchen Lob und positives Feedback, gerne auch mal in schriftlicher Form durch einen Feedbackbogen“, erläutert Bühler. Einen Grund für gemeinsame Aktivitäten findet man immer und diese stärken ein Team mehr als mancher Unternehmer denkt. Hier ist einfach Kreativität gefragt.

Gefunden werden ist das neue Finden

Brauchte man früher als Jobinteressent eine Bewerbungsmappe, so hat sich dieser Spieß mittlerweile umgedreht, denn inzwischen muss sich das Unternehmen möglichst attraktiv für zukünftige Bewerber darstellen. „Die Hauptvisitenkarte ist die Webseite und hierbei sollten Sie bedenken, dass Menschen von netten Menschen akquiriert werden, also zeigen sie ruhig auch ein paar freundliche Gesichter“, motiviert Bühler. Auch über Facebook erforscht diese Generation, was wirklich hinter einem Unternehmen steckt. „Dieses Medium zu bedienen ist mit einem Smartphone einfacher als Sie denken und eine Like Box führt schnell zu Facebook bzw. lässt Aktuelles aus diesem Portal auf Ihrer Webseite erscheinen“, erläutert Bühler, der auch Bildungspartnerschaften und die Möglichkeit Azubis zum Ausbildungsbotschafter weiterbilden zu lassen, aktiv nutzt. „Die Agentur für Arbeit betreibt das größte Jobportal, das sollten wir nicht vergessen. Dort gibt es auch einen Arbeitgeberservice, durch den man Stellenangebote online stellen kann. Auf diese Art habe ich meinen Bereichsleiter Baumpflege gefunden oder besser gesagt, er hat mich gefunden“, freut sich der Unternehmer. Berufsmessen waren gestern, heute durchlaufen die Schüler besser einen Parcours mit auf die Berufe abgestimmten Aktivitäten. „Am Ende dieses Berufsparcours, in welchem wir den Schülern Seilknoten aus der Baumpflege beibrachten, hatte ich 15 Jugendliche, die sich für ein Praktikum interessierten,“ so der GaLaBau-Unternehmer aus Nürtingen.

Frauen unverzichtbar im GaLaBau

„Abiturienten gehen doch eh studieren, für Mädchen ist unser Job zu schwer,

alle diese Vorurteile können Sie ruhig über Bord werfen, denn sie passen nicht mehr in die heutige Zeit. Wir können in der Ausbildung auch nicht auf die Hälfte der Welt, also die Frauen, verzichten“, macht Bühler deutlich. Wenn eine Bewerbung eingeht, dann signalisiert eine schnelle Rückantwort sehr viel Sicherheit und Wertschätzung im Umgang miteinander und ist ein erster Punktgewinn für das Unternehmen. Warum nicht mal einen Bewerber zum Azubi-Ausflug mitnehmen oder einem Mit-

arbeiter, der die Firma verlassen möchte, eine angenehme Checkout-Phase durch eine Abschieds-Party und dem Vorschlag, jederzeit wiederkommen zu können, bereiten. „So etwas hat eine extrem starke Wirkung auf das Team und die Unternehmenskultur. Hieß es früher „Live to work“, so sucht die Generation X immer noch ihre Work-Life-Balance und für Y gilt bereits „Live @ work“, resumiert Bühler und wünscht seinen Kollegen viel Erfolg bei der Schaffung eines fürsorglichen Betriebsklimas. ■