



Die GaLaBau-Unternehmer Jochen Thomann, Albrecht Bühler und Nils C. Thomas (von links) wollen mit ihrer Initiative Top-Ausbildungsbetriebe mit einem Siegel auszeichnen. | Foto: T. Mensen.

Ausbildungsinitiative gestartet

Top-Ausbilder und Top-Azubis sollen besser zueinander finden.

„Künftig werden die jungen Leute mit dem Lasso eingefangen!“ Mit diesem Zitat von Ernst Pfister startete am 11. Dezember 2009 das Pressegespräch der Initiative für Ausbildung im Garten- und Landschaftsbau. Neben Initiator Albrecht Bühler vertraten Niels C. Thomas und Jochen Thomann die teilnehmenden Betriebe, die sich dem Motto verpflichtet haben: „Die Ausbildung im Garten- und Landschaftsbau muss attraktiver werden.“

Nur für Mitgliedsbetriebe der Fachverbände

Die Initiative steht bundesweit allen interessierten Mitgliedsbetrieben des BGL offen. Die offizielle Gründungsveranstaltung ist auf den 20. März 2010 datiert.

Praktisch kennt jeder Unternehmer im Garten- und Landschaftsbau die Herausforderung, gute Fachkräfte für seinen Betrieb zu gewinnen und auch zu halten. Künftig wird das noch schwerer werden, denn die Verhältnisse werden sich ein Stückweit umkehren: Auszubildende werden die Wahl haben zwischen verschiedenen Betrieben und Berufen, die um die Gunst des talentierten Nachwuchses wetteifern.

Für Albrecht Bühler, Landschaftsgärtner aus Nürtingen, ist das Grund genug, zusammen mit anderen überzeugten Ausbildern wie Jochen

Thomann aus Bitz und Niels C. Thomas aus Schwäbisch-Hall diese bundesweite Initiative für Ausbildung im Garten- und Landschaftsbau ins Leben zu rufen. Ziel ist es, eine gute Ausbildungsqualität in den teilnehmenden Betrieben zu garantieren und diese Top-Ausbildungsbetriebe für potenzielle Azubis auch nach außen sichtbar zu machen. Für die Unternehmer stellt sich die Situation eindeutig dar: Fachkräftemangel ist eine der größten Herausforderungen für die Grüne Branche. Wer für seinen Betrieb auch in Zukunft die besten Fachkräfte haben will, muss heute schon gut ausbilden und braucht dafür die besten Azubis.

Aber was ist gute Ausbildung?

Wie erkennen die Top-Azubis einen Ausbildungsbetrieb mit Qualität? Auf welchem Weg kann es gelingen, den Beruf des Landschaftsgärtners für Auszubildende attraktiver zu gestalten - und die jungen Leute auch in der Branche zu halten? Um gute Ausbildung in der Branche erkennbar und auch nach außen kommunizierbar zu machen, arbeitet die Initiative mit einem 12 Punkte umfassenden Kriterienkatalog, zu dem sich alle teilnehmenden Betriebe verpflichten. Hierzu gehören neben eigentlich selbstverständlichen Standards wie tarifgerechter Bezahlung, Kleidung und Schutzaus-

rüstung auch weitere wichtige Punkte wie die Verpflichtung zu regelmäßigen Azubigesprächen, Feedbackbögen, Weiterbildungsmaßnahmen, Azubi-Baustellen und die Teilnahme an Austauschprogrammen mit anderen Betrieben. Ein jährliches Ausbildertreffen und optionale Workshops bieten den Ausbildern zudem Gelegenheit zum Erfahrungsaustausch und zur eigenen Weiterbildung.

„Wir wollen die gesamte Ausbildungssituation in der Branche verbessern und ein Zeichen setzen, dass erstklassige Ausbildung kein Hexenwerk ist. Der Kriterienkatalog ist bewusst einfach gehalten und kann von jedem Betrieb, der das auch wirklich will, umgesetzt werden“, so der Nürtinger Unternehmer Albrecht Bühler, der selber schon seit vielen Jahren mit Erfolg ausbildet.

Siegel für gute Ausbildung

Für Betriebe, die an der Initiative teilnehmen, sieht der Ablauf folgendermaßen aus: Zunächst wird eine Bestandsaufnahme im eigenen Betrieb durchgeführt. Hierzu gehören auch konkrete Zahlen über die Anzahl der Auszubildenden, die Durchfallquote und den Notendurchschnitt. Außerdem wird festgehalten, wie die Kriterien im eigenen Unternehmen in Zukunft konkret verwirklicht werden. Die Umsetzung der Qualitätskriterien wird von den Betrieben jährlich dokumentiert und per Unterschrift durch Unternehmer, Ausbilder und Azubi bestätigt.

Diese hohe Verbindlichkeit ist Grundlage der Vergabe des Siegels „TOP Ausbildungsbetrieb für Landschaftsgärtner“. Die Top Ausbildungsbetriebe können dieses Siegel für Werbung und Außendarstellung zu nutzen. Um die Betriebe bei der Ansprache der Azubis auch werblich kompetent zu unterstützen, wird derzeit ein professionelles Marketingkonzept entwickelt. Partner der Initiative ist die Kölner Agentur Tatendrang. Herzstück der Maßnahmen wird eine Suchmaschinen optimierte Website sein, die stark auf die Interessen der Azubis zugeschnitten ist und die Jugendlichen interaktiv anspricht. Zudem werden die teilnehmenden Betriebe bei der regionalen Pressearbeit als erfolgserprobte Mittel der Nachwuchswerbung unterstützt. Schon vor dem offiziellen Start im März gibt es neben sieben festen Teilnehmern weitere Interessenten aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Bis zur ersten Veranstaltung rechnet Bühler mit 20 bis 30 Gründungsmitgliedern.

Info-Tel.: 0711/3650500,
www.buehler-teamwork.de