

Über den Bedarf hinaus

Industriepark Kalle-Albert wirbt in Schulen für moderne Industriearbeitsplätze

Die chemische Industrie steht vor der Aufgabe, Mitarbeitende mit jahrzehntelanger Erfahrung, die altersbedingt die Branche verlassen, mit Fachkräften nachzubestücken. Das ist herausfordernd, weil neben den erforderlichen formalen Berufsqualifikationen auch sehr viel Wissen die Unternehmen verlässt. Da die gesamte Industrie betroffen ist, ist der Bedarf an gut ausgebildeten Fachkräften enorm. Die Tarifparteien der chemischen Industrie haben sich deshalb im „Tarifvertrag Zukunft durch Ausbildung und Berufseinstieg“ darauf verständigt, dass Unternehmen nach Möglichkeit „über den eigenen Bedarf hinaus ausbilden“ sollen.

Die adäquate Besetzung von Ausbildungsplätzen fällt allerdings nicht leicht. Unternehmen der Chemiebranche oder andere Firmen im B2B-Segment sind als attraktiver Ausbildungsbetrieb bei jungen Menschen wenig bekannt. Viele Schülern kennen die Vielfalt der dort gebotenen Berufsmöglichkeiten nicht. Das gilt auch für die langfristigen Möglichkeiten, die eine Berufsausbildung als Fundament für die Kar-

riere bietet. Deshalb verfolgen viele Schulabgänger eher das Ziel der Hochschulreife und eines Studienabschlusses.

Das Bildungszentrum im Industriepark Kalle-Albert setzt daher für die langfristige Fachkräftesicherung bereits Jahre vor dem Ausbildungsbeginn an, um für zukunftssichere und moderne Industriearbeitsplätze zu werben. Hierfür ist die berufliche Orientierung der allgemeinbildenden Schulen ein wichtiges Instrument. Es geht aber nicht nur darum, Schüler zu interessieren. Auf den Prozess der Berufsorientierung nehmen auch Eltern und Lehrer einen großen Einfluss, weshalb auch sie eine wichtige Zielgruppe des Ausbildungsmarketing sind.

Um die Berufsausbildungen den sich stets wandelnden Anforderungen der Industrie anzupassen, betreibt das ISW-Bildungszentrum Kooperationen mit zahlreichen Unternehmen. Es geht darum,



Viele Schüler kennen die Vielfalt der gebotenen Berufsmöglichkeiten in der chemischen Industrie noch nicht.

die Auszubildenden auf dem Weg zu einer erfolgreichen Fachkraft optimal zu fördern, zu entwickeln und neue Anforderungen schnellstmöglich in das Lehrprogramm aufzunehmen. Das gemeinschaftlich genutzte Bildungszentrum im Industriepark bietet einen optimalen Rahmen für eine solche Ausbildung auf höchstem Niveau. Die Ausbilder können sich hier auf die Belange der Azubis konzentrieren und ein Umfeld schaffen, bei dem das Vermitteln von Fachkenntnissen und der Lerneffekt bei den Auszubildenden im Vordergrund steht – statt sich auf

den oft wesentlich engeren Produktionsalltag im Betrieb auszurichten. Zum Lernerfolg trägt bei, dass die jungen Menschen gemeinsam in Gruppen lernen und dabei auch soziale Kompetenzen erwerben. Sie unterstützen und motivieren sich gegenseitig, gute Ausbildungsleistungen zu erbringen. Durch diese Gruppendynamik können auch leistungsschwächere Schulabgänger erfolgreich in den Ausbildungsbetrieb integriert werden.

Der Einsatz digitaler Lernmodule und Praxisanwendungen spielt im Ausbildungsbetrieb eine zunehmend wichtigere Rolle – die Kontaktbe-

schränkungen im Zusammenhang mit der Pandemie haben hier einen starken Schub erzeugt. Eine digitale Kommunikation ist mittlerweile genauso alltäglich wie das weiterhin unersetzbare persönliche Gespräch. Auch der Ausbildungsnachweis, früher bekannt als Berichtsheft, wird heute nicht mehr auf Papier geschrieben, sondern digital auf einer Plattform mit hinterlegtem Anerkennungsprozess geführt. So werden die Auszubildenden ab der ersten Woche dazu angeleitet, digitale Anwendungen als standardisierte Arbeitsmittel einzusetzen. Routinemäßig finden dazu als Vorbereitung auf die

Berufsausübung die erforderlichen Schulungen zu den Themen Datenschutz und IT-Sicherheit statt. Wobei sich beobachten lässt, dass die Sensibilisierung zu den beruflichen Cyber-Gefahren auch zu einer größeren Vorsicht im privat genutzten virtuellen Raum führt.

Neben der Digitalisierung wird der Megatrend Nachhaltigkeit zu einem immer wichtigeren Bestandteil der Ausbildung. Dies steigert die Attraktivität der Ausbildungsbetriebe, weil das Thema insbesondere bei den jüngeren Generationen als sehr wichtig erachtet wird. Im Ausbildungsbetrieb wird vermittelt, dass es bei der Verwirklichung von Nachhaltigkeitsideen nicht nur um Umweltschutz, sondern stets auch um sozial akzeptable und wirtschaftliche praktikable Aspekte gehen muss, die sich gegenseitig bedingen, will man beruflich oder unternehmerisch erfolgreich sein. So werden Horizonte geöffnet; gleichzeitig können Ausbildungsbetriebe und spätere Arbeitgeber davon profitieren, dass Nachwuchskräfte bereits erste fundierte Kompetenzen zum Themenfeld Nachhaltigkeit mitbringen. Sie haben in aller Regel einen anderen Zugang zu den damit verbundenen unternehmerischen Herausforderungen und Aufgaben als erfahrenere Mitarbeitende. Die Motivation, Nachhaltigkeit im beruflichen Kontext zu realisieren wird deshalb gefördert und im genannten Dreiklang behandelt, um einen Mehrwert für auszubildende Unternehmen zu schaffen. (op)

■ www.bizka.de

Attraktivität aufzeigen

Alexander Achatz, Leiter Bildungszentrum, InfraServ Wiesbaden

„In Deutschland gibt es etwa 700 Ausbildungsberufe und etwa 20.000 Studiengänge, die als Vollzeitstudium, duales oder ausbildungsintegriertes Studium absolviert werden können. Die Unterschiede sind für Schüler oft nur schwer verständlich. Schon deshalb ist die Unterstützung bei der Berufswahl wichtig. Dabei muss es verstärkt auch darum gehen, sie für die unbekannteren Ausbildungsberufe im B2B-Geschäft der chemischen Industrie zu begeistern und die hohe Attraktivität einer dualen Ausbildung aufzuzeigen.“



Echtes Ausbildungsleben

Die Azubis von Yncoris machen ihr eigenes Ding auf Instagram und Co.

Social-Media-Kanäle von Azubis gibt es viele, oft werden sie jedoch eng begleitet von der Kommunikationsabteilung des Unternehmens. Der Standortbetreiber aus Hürth geht bewusst einen anderen Weg – und hat damit sehr gute Erfahrungen gemacht.

Es ist wieder Redaktionskonferenz. Acht Azubis aus unterschiedlichen Jahrgängen und Ausbildungsberufen sitzen beim Teams-Meeting vor ihren Rechnern. Thema heute: Was sind die nächsten Posts von „Yazubis“ und wer übernimmt welche Aufgaben? Vorgesetzte sind nicht dabei,

denn die Auszubildenden arbeiten eigenverantwortlich. Ausbildungsleiter Dirk Borkenhagen steht bei Fragen bereit, hält sich sonst aber – genauso wie der Bereich Kommunikation – bewusst zurück. Nur wenige Regeln gelten. Bis auf Aussagen zu Politik oder Religion ist alles erlaubt,

das andere nicht diskriminiert oder herabsetzt.

Gesunder Menschenverstand ist das Stichwort. „Unser Ziel ist es, andere von der Ausbildung hier zu begeistern und gleichzeitig Spaß mit Social Media zu haben“, sagt Carina Röttgen. Sie ist Industriekauffrau im dritten Ausbildungsjahr beim Industriedienstleister, Teil der Yazubis und hat zusammen mit dem angehenden Industriemechaniker Quang Comes einen eigenen Podcast ins Leben gerufen. „Wir sind überzeugt, dass wir hier unglaublich viel ausprobieren dürfen und deutlich mehr Einblicke in Berufsbilder erhalten, als das für viele andere Azubis möglich ist. Das wollen wir an alle weitergeben, die auf der Suche nach einem guten Ausbildungsplatz sind.“ Die Azubis nutzen die Kanäle auch, um für Diversität zu werben, Fachbereiche oder Frauen in sog. „Männerberufen“ vorzustellen oder mit kreativen Ideen auf aktuelle Ereignisse im Unternehmen Bezug zu nehmen.

Der Weg als Ziel

Über 450 Follower hat der Kanal bei Instagram, deutlich mehr als die rund 90 Auszubildenden des Unternehmens. Einzelne Reels oder Beiträge erreichen auch mehr als 2.000 Sichtungen – und das ohne Werbeunterstützung. Für Borkenhagen geht es dabei nicht um die Frage nach möglichst vielen Klicks und Likes. Stattdessen sollen die Azubis selbstgesteuerte Gruppenarbeit erleben und daraus lernen, soziale Kompetenzen aufbauen, diskutieren, sich austauschen und Probleme eigenständig lösen. Über die Posts kommen sie darüber hinaus mit



Azubis Quang Comes und Carina Röttgen bei der Aufnahme eines Podcasts

übergeordneten Themen, Experten und Führungskräften in Kontakt.

„Außerdem ist uns wichtig, ihnen die Möglichkeit zu bieten, Projekte zu realisieren, die mit dem eigentlichen Berufsbild nichts zu tun haben“, erklärt der Ausbildungsleiter. „Ausbildung soll lehr- und abwechslungsreich sein, aber auch einfach Spaß machen.“ Der Social-Media-Kanal „Yazubis“ ist daher nur ein Baustein, der den Blick über den Tellerrand fördert. Die Posts kommen bei den Adressaten gut an. Borkenhagen: „Viele Bewerber kennen den Kanal bereits und finden es gut, was die Azubis dort machen. Er ist daher für viele ein Pluspunkt bei der Entscheidungsfindung.“

Große Wertschätzung

Neben der Ausbildungsleitung unterstützt auch die Geschäftsführung die Arbeit der Azubis. Das zeigt sich u.a. in Investitionen in spezielle Hard- oder Software, bspw. für den

Videoschnitt. Tätigkeiten für den Social-Media-Kanal gelten in der Regel als Arbeitszeit – ganz gleich, ob virtuelles Redaktionstreffen oder die Vorbereitung eines Kuchens mit Firmenlogo am heimischen Herd, der für den nächsten Post benötigt wird. Trotzdem ist es für die Jugendlichen nicht immer einfach, sich Zeit im Arbeitsalltag freizuschaffen. Steht ein Stillstand an, müssen die Kollegen aus der Fachabteilung von der Dringlichkeit eines Projekts überzeugt werden. Auch das schult die Argumentationsfähigkeiten. „Das Verständnis für unser Projekt ist groß, schließlich möchten wir neue Azubis gewinnen“, so Comes. „Und das unterstützen alle.“ (op)

Die Kanäle der Yazubis:

- **Instagram:**
<https://www.instagram.com/yazubis>
- **Facebook:**
<https://www.facebook.com/yazubis>
- **Spotify:**
Wie verläuft eigentlich eine Ausbildung bei Yncoris?



weyer gruppe

Jetzt anmelden zum kostenlosen Digialevent weyer connect

Unser Thema „Alternative Brennstoffe: Verfügbarkeit und Anpassungsbedarf in der Industrie“

Mittwoch, 25. Januar 2023 | 9:00 - 13:00 Uhr

Kostenlose Anmeldung unter weyer-gruppe.com/weyer-connect