

„Viele suchen immer noch die eierlegende Wollmilchsau“

Interview mit Felicia Ullrich, Geschäftsführerin der Firma U-Form:e Einstellungstests zu der Frage, was Ausbildungsbetriebe tun können, um junge Menschen für ihre Branche zu begeistern und so dem Fachkräftemangel langfristig zu begegnen.

Text: GESA EVERS

IHK-MAGAZIN: *Frau Ullrich, was macht einen guten Bewerber aus?*

ULLRICH: Grundsätzlich sollte ein Bewerber motiviert sein und Spaß an der Tätigkeit haben, für die er sich bewirbt. Es gibt nicht den perfekten Kandidaten. Er muss zu der Stelle oder dem Ausbildungsberuf passen. Ein Azubi in der IT-Branche etwa muss abstrakt denken können, ein Azubi im Vertrieb muss kundenorientiert sein.

IHK-MAGAZIN: *Was macht ein gutes Ausbildungsunternehmen aus?*

ULLRICH: Ein gutes Ausbildungsunternehmen macht sich Gedanken, wie es junge Menschen für seine Branche begeistern kann und steht ihnen positiv gegenüber. Einige Arbeitgeber sind immer noch in dem Denken verhaftet, die Jugend von heute habe keine Lust zu arbeiten, doch das stimmt nicht. Es ist aber wichtig, auf die jungen Leute individuell einzugehen, die jeden August ins Unternehmen kommen und ihre Ausbildung beginnen.

IHK-MAGAZIN: *Sie entwickeln Tests, um den Unternehmen die Auswahl der passenden Bewerber zu erleichtern. Wie genau gehen Sie dabei vor?*



FIRMENFOTO

„Es ist wichtig, auf die jungen Leute individuell einzugehen.“

ULLRICH: Wir haben uns auf Berufsanfänger spezialisiert und interessieren uns vor allem für die wesentlichen, messbaren

Kompetenzen. Wer in einen gewerblich-technischen Beruf möchte, braucht räumliches Vorstellungsvermögen, ein Chemielaborant sollte sich schon in der Schule für Chemie interessiert haben.

IHK-MAGAZIN: *Dennoch betonen Sie, dass diese Tests nicht nur die fachliche Eignung überprüfen, sondern auch persönliche und soziale Kompetenzen des Bewerbers. Können Sie das näher erläutern?*

ULLRICH: In Deutschland gibt es erst seit einigen Jahren den Trend, sich nicht nur mit der fachlichen Eignung zu beschäftigen, sondern auch die Soft Skills, die weicheren Faktoren verstärkt in den Blick zu nehmen. Dazu zählen Leistungsmotivation, Zuverlässigkeit und Teamfähigkeit. Doch auch hier sehen wir uns immer das individuelle Anforderungsprofil des Ausbildungsbetriebs an. In einem kreativen Medienunternehmen spielt Zuverlässigkeit eine andere Rolle als in einem Handwerksbetrieb. Das heißt, es ist weniger schlimm, wenn ein Mitarbeiter mal fünf Minuten später kommt, wenn er dafür eine brillante Idee mitbringt.

IHK-MAGAZIN: *Gibt es typische Fehler, die Sie bei Unternehmen auf der Suche nach jungen Mitarbeitern beobachten?*

PROVISIONSFREI
ZU VERMIETEN

☎ 0211 – 49 76 52 00

@ germany@segro.com

SEGRO BUSINESS PARKS

DÜSSELDORF-SÜD – Erweiterung

- Stadtnaher, hochmoderner Gewerbepark
- Einheiten von 400 m² bis 6.000 m²

NEUSS-SÜD

- Repräsentative Bürogebäude und flexible Hallen- und Büroflächen
- Einheiten von 224 m² bis 1.500 m²

SEGRO CITYPARK

DÜSSELDORF – Erweiterung

- Flächen für Industrie, Gewerbe und Logistik mitten in der Stadt
- Neubau in SEGRO-Architekturdesign
- Einheiten von 600 m² bis 4.000 m²
- Ab Herbst 2016



„Viele suchen immer noch die eierlegende Wollmilchsau“

ULLRICH: Das Problem ist, dass viele Unternehmen immer noch die eierlegende Wollmilchsau suchen. Da stehen dann Anforderungen im Profil, die für den Beruf gar nicht unbedingt zentral sind. Oft sind es standardisierte Anzeigen, die dem Bewerber kaum etwas über die Ausbildung verraten. Unter dem Begriff „tarifliche Bezahlung“ können sich nicht alle jungen Leute etwas vorstellen. Statt Daten und Fakten herunterzuleiern, sollten die Unternehmen konkret beschreiben, wie die Ausbildung aussieht, was die Bewerber erwartet. Auch in Zeiten von Social Media sollten sie auf „analoges Marketing“ setzen, auf Plakate in ihrer Region, die zum Beispiel Fotos ihrer Azubis zeigen. Die meisten Bewerber suchen etwas in ihrer Nähe.

IHK-MAGAZIN: Welche Chance liegt in der hohen Zahl an Flüchtlingen, die versuchen, beruflich in Deutschland Fuß zu fassen?

ULLRICH: Kurzfristig können die Flüchtlinge die offenen Lehrstellen nicht besetzen, da die Sprache ein zentraler Faktor ist. Erst wenn sie ausreichend Deutsch sprechen, kommen sie als Bewerber in Frage. Zudem ist das duale Ausbildungssystem in Deutschland für viele Flüchtlinge ein Problem. Es bedeutet, drei Jahre lang relativ wenig Geld zu verdienen. Viele möchten lieber direkt voll arbeiten. Ohne Ausbildung aber finden sie keinen gutbezahlten Job. Das müssen wir ihnen vermitteln. Außerdem sind die bürokratischen Hürden für Unternehmen immer noch viel zu hoch, die Flüchtlinge einstellen wollen. Wir haben das in unserer Firma selbst leidvoll erfahren.

IHK-MAGAZIN: Noch immer gelten sogenannte Mint-Berufe, also aus den Bereichen Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften oder Technik, als klassisch männlich, Jobs in der Pflege und Kinderbetreuung als klassisch weiblich. Sind diese Einordnungen angesichts des Fachkräftemangels gerade in diesen Branchen noch zeitgemäß?

ULLRICH: Aus den Studien, die wir jährlich durchführen und bei denen wir sowohl die Bewerber als auch die Unternehmen

befragen, wissen wir, dass sich das Überwinden dieser Geschlechtergrenzen nicht erzwingen lässt. Ein Mädchen, das nicht von Haus aus technisch geprägt ist, wird sich eher selten für einen Mint-Beruf entscheiden. Deshalb sollten Mädchen schon in der Schule an diese Themen herangeführt werden. Vor allem ist es wichtig, ihr Selbstbewusstsein zu stärken. Oft lassen sich Mädchen abschrecken, wenn sie eine von fünf Anforderungen in einem Stellenprofil nicht erfüllen. Jungs dagegen denken: Kein Problem, das kann ich. Es sollte um die individuellen Stärken gehen, nicht das Geschlecht.

IHK-MAGAZIN: Ist eine bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf ein Schlüssel, um den Fachkräftemangel mittel- und langfristig zu bekämpfen?

ULLRICH: Absolut. Übertragen auf junge Azubis bedeutet das: Die Vereinbarkeit von Freizeit und Beruf ist extrem wichtig. Sie wollen klare Arbeitszeiten, und sie wollen einen Ausbildungsplatz in der Nähe, um nicht zu viel Zeit beim Pendeln zu verlieren. Viele sehen ihre gestressten Eltern, die häufig kurz vorm Burnout stehen, und empfinden sie als abschreckendes Beispiel.

IHK-MAGAZIN: Frau Ullrich, wir danken Ihnen für das Gespräch.



GESA EVERS
arbeitet als freie Journalistin in Düsseldorf. Sie hat bei der Rheinischen Post volontiert und war fünf Jahre Mitglied der Redaktion für digitale Angebote.

O₂
Business

Mit O₂ Free Business geht Ihnen beim mobilen Arbeiten nie wieder die Luft aus*

o2business.de/free
Hotline: 0800 130 1111



EINE Telefonica BUSINESS-LÖSUNG

Telefonica Germany GmbH & Co. OHG, Georg-Brauchle-Ring 23 – 25, 80992 München *Mit O₂ Free Business kann nach Verbrauch des Highspeed-Datenvolumens unendlich im O₂ 2G/GSM- und 3G/UMTS-Netz mit bis zu 1.000 kBit/s (im Durchschnitt 994 kBit/s) weitergeschaltet werden (HD-Video-Streaming und Internetanwendungen mit ähnlich hohen oder höheren Bandbreitenanforderungen nicht uneingeschränkt möglich; Upload bis zu 1.000 kBit/s; im Durchschnitt 945 kBit/s). Zum Beispiel mit dem O₂ Free Business M für nur 30 € 24 Monate. Mindestvertragslaufzeit. Einmaliger Anschlusspreis 21,50 €. Nationale Gespräche (außer Sonderrufnummern, Rufumleitungen) und SMS in alle deutschen Fest- und Mobilfunknetze sowie 3 GB Highspeed-Datenvolumen für mobiles Surfen mit bis zu 225 MBit/s (im Durchschnitt 13,0 MBit/s; Upload bis zu 32 MBit/s; im Durchschnitt 8,6 MBit/s) im deutschen O₂ Mobilfunknetz pro Abrechnungsmonat enthalten.