

Ausbildung neu gedacht: RG GmbH und Paidi setzen auf kreative Ansätze

Betriebe suchen verzweifelt nach Auszubildenden, bieten neue Ausbildungswege an und zeigen, wie sie junge Talente gewinnen können.

In der heutigen Zeit haben viele Unternehmen Mühe, geeignete Auszubildende zu finden. Dies gilt insbesondere für die RG GmbH, ein familiengeführtes Unternehmen mit 15 Mitarbeitern, das seit drei Jahren nicht mehr in der Lage ist, regelmäßig neue Azubis für die Büro- und Lagerausbildung zu gewinnen. Ilona Bartel, die Leiterin des Unternehmens, sieht ein großes Problem darin, dass die Jugendlichen nicht wissen, was sie beruflich machen möchten.

Die RG GmbH bietet seit Jahren Ausbildungsplätze im Großhandel an, hat aber aus verschiedenen Gründen eine Umstellung vorgenommen. Ab sofort werden Kaufleute im e-Commerce ausgebildet, was einen Standortwechsel der Berufsschule nach Main-Spessart mit sich bringt. „Wir haben Kundenkontakt mit der ganzen Welt“, erklärt Bartel, und zeigt auf, wie vielseitig die Ausbildung in der heutigen digitalen Welt gestaltet werden kann.

Die Herausforderung der Fachkräftegewinnung

In der Branche der Lagerwirtschaft ist es für die RG GmbH sogar noch schwieriger, junge Menschen für eine Ausbildung zu begeistern. Aktuell gibt es nur einen einzigen Auszubildenden im Lager, auch wenn Bartel betont, dass die Arbeit dort alles

andere als eintönig ist. „Es kommen ständig neue Autoteile an, was die Ausbildung besonders spannend macht“, sagt sie und ruft interessierte Jugendliche auf, die technikaffin sind, sich zu bewerben.

Gleichzeitig bietet die RG GmbH Ferienjobs an, um potenziellen Auszubildenden Einblicke in verschiedene Berufe zu ermöglichen. Bartel hat beobachtet, dass viele ihrer Töchter und deren Altersgenossen planen, eine weiterführende Schule zu besuchen, einfach weil sie nicht wissen, wo ihre beruflichen Interessen liegen.

Ausbildung aktiv gestalten

Ein anderer Ansatz kommt von der Paidi Möbel GmbH. Julia Siegler, die dort seit zwölf Jahren arbeitet, kann von positiven Erfahrungen berichten. „Es ist wichtig, die Ausbildung für die Jugendlichen interessant zu gestalten“, sagt sie und verweist auf die vielen Initiativen des Unternehmens. Jedes Jahr werden zwei bis drei Industriekaufleute sowie Fachlageristen und inzwischen auch Fachinformatiker eingestellt. Paidi versucht aktiv, die Ausbildung attraktiv zu machen, beispielsweise durch Inhouse-Schulungen, die den Azubis Einblicke in verschiedene Unternehmensbereiche wie Design und Produktkonstruktion bieten.

Darüber hinaus organisiert Paidi Ausflüge für die Azubis, in diesem Jahr etwa eine Wanderung durch den Spessart. „Solche gemeinsamen Erlebnisse stärken das Teamgefühl“, erklärt Siegler. Die Suche nach neuen Talenten erfolgt über verschiedene Kanäle, darunter die Arbeitsagentur und die IHK. Dabei stellt das Unternehmen nicht nur die schulischen Leistungen in den Vordergrund, sondern möchte den Bewerber als Menschen kennenlernen.

Für Bosch Rexroth in Lohr sind die Ausbildungsplätze in diesem Jahr ebenfalls stark gefragt. „Alle Ausbildungsplätze konnten besetzt werden“, erklärt Ausbildungsleiter Oliver Alessi. Für

2025 sucht das Unternehmen erneut zahlreiche Auszubildende, jedoch gibt es besonders bei den Berufen Gießerei- und Zerspanungsmechaniker Schwierigkeiten, da diese weniger bekannt sind. Um Jugendliche auf ihre Ausbildung aufmerksam zu machen, organisiert Bosch Rexroth spannende Veranstaltungen wie Schülerpraktika und den jährlichen Solarboot-Cup.

Die Handwerkskammer in Unterfranken sieht die Problematik der Lehrstellensituation ebenfalls kritisch. Viele Betriebe stehen vor der Herausforderung, nicht alle Ausbildungsplätze im Handwerk besetzen zu können. Daniela Hartmann von der Pressestelle gibt an, dass kreative Aktionen wie der „Tag der Ausbildung“ ins Leben gerufen wurden, um Jugendliche für eine Handwerksausbildung zu begeistern.

Den Auszubildenden entgegenkommen

Zusatzleistungen haben sich als eine gute Möglichkeit erwiesen, um die Attraktivität von Ausbildungsplätzen zu erhöhen. Diese reichen von der Bezuschussung des Führerscheins bis zu Handyverträgen, um den persönlichen Bedürfnissen der Auszubildenden gerecht zu werden. „Wir möchten sicherstellen, dass wir den jungen Menschen das Angebot machen, das sie wirklich anspricht“, betont die Pressestelle der Handwerkskammer.

Der demografische Wandel in Deutschland

Der demografische Wandel hat erhebliche Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt in Deutschland, insbesondere in Bezug auf den Ausbildungsbereich. Die Bevölkerungsgruppe der Jugendlichen nimmt kontinuierlich ab, was dazu führt, dass Unternehmen Schwierigkeiten haben, Azubis zu finden. Laut dem Statistischen Bundesamt wird die Zahl der 15- bis 24-Jährigen bis 2030 um etwa 15 Prozent zurückgehen. Dies bedeutet, dass die Konkurrenz um die verbleibenden Jugendlichen intensiver wird und Unternehmen gezwungen sind, kreative Strategien zur

Nachwuchsgewinnung zu entwickeln.

Die Handwerkskammer unterfranken berichtet von einem wachsenden Fachkräftemangel, der vor allem kleinere Unternehmen überproportional trifft. Kleinere Betriebe haben oft weniger Ressourcen, um umfangreiche Ausbildungsprogramme anzubieten oder attraktive Zusatzleistungen zu schaffen, wie sie bei größeren Unternehmen üblich sind. Diese Herausforderungen erfordern innovative Ansätze, um junge Menschen für Handwerksberufe zu begeistern.

Zusätzliche Vorteile und Strategien für Azubis

Viele Unternehmen in der Region setzen gezielt auf attraktive Zusatzleistungen, um ihre Ausbildungsplätze zu bewerben. Dazu gehören Maßnahmen wie die Bezuschussung von Fahrtkosten, die Bereitstellung von Smartphones oder sogar die Unterstützung beim Führerscheinwerb. Diese „Bonbons“, wie sie von der Pressestelle der unterfränkischen Handwerkskammer bezeichnet werden, sind nicht immer öffentlich beworben, nähern jedoch stets an den Bedürfnissen der Auszubildenden an.

Ein weiterer wichtiger Aspekt, der im Kontext der Ausbildung diskutiert wird, bezieht sich auf die Balance zwischen praktischer und theoretischer Ausbildung. Betriebe wie Paidi und Bosch Rexroth investieren in Inhouse-Schulungen und spannende Lehrlingsausflüge, die den Azubis nicht nur das theoretische Wissen näherbringen, sondern auch die Teamarbeit und sozialen Fähigkeiten fördern. Darüber hinaus führt das Unternehmen Bosch Rexroth Schülerpraktika und spezielle Veranstaltungen wie den Solarboot-Cup durch, um das Interesse an technischen Berufen zu wecken.

Ausblick auf die zukünftigen Ausbildungsangebote

Angesichts der aktuellen Herausforderungen in der Azubisuche könnten sich auch die zukünftigen Ausbildungsangebote weiter entwickeln. Einige Unternehmen überdenken ihre Ansätze zur beruflichen Ausbildung und integrieren digitalisierte Prozesse und innovative Lernmethoden, um den Ansprüchen der digital-affinen Jugend gerecht zu werden. Besonders in Berufen im e-Commerce oder in der IT könnten neue Ausbildungsmodelle entstehen, die den veränderten Bedürfnissen der Arbeitgeber und der Azubis Rechnung tragen.

Die Unternehmen sind daher gefordert, ihre Ausbildungsangebote kontinuierlich zu evaluieren und anzupassen, um attraktiv für die nächste Generation von Fachkräften zu bleiben.

Details

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de