

Nachwuchsmarketing in ausgewählten Branchen

Wie sich Verbände engagieren, um die Jugendlichen abzuholen

Unterschiedlicher könnte die Ausgangslage kaum sein: In gewissen Branchen haben die Unternehmen so viele gute Kandidaten für ihre Lehrstellen, dass sie auswählen können. In anderen müssen sie sich mit Kompromisslösungen abfinden, um überhaupt Junge zu rekrutieren. Exemplarisch ein Einblick in vier Wirtschaftszweige – Holzbau, Papierindustrie, Gastgewerbe sowie Informatik – und was sie heute tun, um morgen genügend Nachwuchs zu haben. **Daniela Baumann**

In den vergangenen Wochen war es wieder soweit: Zahlreiche junge Menschen in der Schweiz haben eine Lehre begonnen. Gemäss dem Lehrstellenbarometer, einer zweimal jährlich durchgeführten Evaluation der Situation auf dem Lehrstellenmarkt, interessierten sich Mitte April 78 000 Jugendliche für eine berufsbezogene Ausbildung. Die Unternehmen ihrerseits hatten 81 500 Stellen für Lernende zu vergeben. Der aktuelle Lehrstellenbarometer zu Angebot und Nachfrage per Lehrbeginn im August liegt noch nicht vor; erfahrungsgemäss dürften beide Werte noch gestiegen sein. Das Angebot an offenen Lehrstellen übertrifft die Nachfrage seitens der Jugendlichen aber auch in diesem Jahr. Umso mehr sind die Branchenverbände und die einzelnen Unternehmen gefordert, proaktiv für ihre Berufe zu werben.

Beliebter Beruf Zimmermann

Nicht überall jedoch präsentiert sich die Lage gleich. So sind etwa die im Holzbau tätigen Unternehmen in der komfortablen Lage, kaum selber aktiv werden zu müssen. «Oft können die Betriebe ihre Lernenden sogar noch auswählen. Sie haben nach wie vor kein Problem, genügend und meist auch geeignete Jugendliche zu finden, dies kann aber regional recht unterschiedlich sein», bestätigt Peter Elsasser, der beim Branchenverband Holzbau Schweiz für die Bildung zuständig ist. Mit schweizweit 1100 Lernenden pro Jahr bilde die Branche so viele Zimmermänner respektive Zimmerinnen aus wie noch nie.

Der Bereichsleiter Bildung von Holzbau Schweiz vermutet mehrere Gründe,

weshalb die Branche entgegen den Erwartungen «bis jetzt noch keinen stärkeren Einfluss der demografischen Entwicklung spürt»: Lebrabgänger finden im florierenden Holzbau mit Sicherheit eine Anstellung – dank eines modernen Gesamtarbeitsvertrags zu attraktiven Bedingungen. Der Beruf des Zimmer-

«Das Angebot an offenen Lehrstellen übertrifft die Nachfrage seitens der Jugendlichen.»

manns bietet ausserdem interessante Weiterbildungs- und Karrieremöglichkeiten, nebst dem Holzbau selber auch im Architektur- oder Ingenieurbereich. Schliesslich stellt Elsasser auch fest, dass naturverbundene Berufe heute wieder mehr geschätzt werden. «Aber wir müssen dranbleiben, denn die Situation auf dem Lehrlingsmarkt wird sich verschärfen.»

Holzbau Schweiz fährt seit letztem Jahr eine Kampagne unter dem Motto «Holz macht stolz» und nutzt dafür verschiedene Medien wie die Lehrlings-Website lehre-holzbau.ch und einen Facebook-Auftritt. Bewusst werden jene Kanäle bewirtschaftet, auf denen sich die Jungen sowieso bewegen. Dies wird auch anhand des neusten Projekts «Zimmermann on Tour» deutlich: Seit Juni ist ein junger Zimmermann auf einer sechsmonatigen Tour durch verschiedene Zimmerei-Betriebe in der ganzen Schweiz unterwegs. Auf Face-

book gibt er als Botschafter einer breiten Öffentlichkeit laufend Einblick in seine Arbeit und Erfahrungen. Im Weiteren stellt der Verband seinen Mitgliedern aber auch klassisches Informationsmaterial in gedruckter Form sowie Stände für Messeauftritte zur Verfügung.

Grenzüberschreitende Werbung in der Papierindustrie

Kleinere Brötchen bäckt im Vergleich die Papierindustrie, lassen sich in ihrem wichtigsten Lehrberuf als Papiertechnologe doch jährlich lediglich 15 bis 20 junge Menschen ausbilden. Dem Schrumpfungprozess der Branche in den vergangenen Jahren entsprechend musste auch der Arbeitgeberverband Schweizerischer Papier-Industrieller seine Aktivitäten im Nachwuchsmarketing etwas zurückfahren, wie Vizedirektorin Carla Schuler erklärt: «Wir sind heute nicht mehr selber an Berufswahlmessen präsent, stellen den Mitgliedfirmen aber Unterlagen für regionale Messe- und Schulbesuche zur Verfügung.» Aufgrund ihrer geringen Zahl besuchen die angehenden Schweizer Papiertechnologen den Berufsschulunterricht gemeinsam mit ihren deutschen Kollegen im nördlichen Nachbarland. Die einmalige Kooperation im deutschsprachigen Raum ermöglicht es den hiesigen Papierherstellern auch, fertiges Informationsmaterial wie Prospekte und Filme für die Berufswerbung aus Deutschland zu beziehen.

Dennoch haben die Unternehmen teils Mühe, ihren Bedarf an Lernenden zu decken, weiss Carla Schuler. Vor allem sei es in den letzten Jahren schwieriger



Bild: zvg

Die neue Kampagne von Hotelleriesuisse und Gastrosuisse will Junge motivieren, eine gastgewerbliche Laufbahn einzuschlagen.

geworden, wirklich geeignete Kandidaten zu rekrutieren. Meistens findet sich letztlich eine Lösung, aber längst nicht immer unterschreibt der Wunschkandidat den Lehrvertrag. «Die Unternehmen müssen Konzessionen machen, beispielsweise bei den schulischen Leistungen in wichtigen Fächern wie Mathematik oder Chemie.» Verantwortlich für diese Situation sind gemäss Schuler zum einen die angespannte wirtschaftliche Lage und das damit zusammenhängende kritische Image der Branche, zum anderen die geringe Bekanntheit und das Nischendasein des Berufs.

Neue Marke für das Gastgewerbe

Für den Dienstleistungsbereich weist das Lehrstellenbarometer eine ausgeglichene Bilanz von Angebot und Nachfrage aus. Im Gastgewerbe sind sowohl das Interesse seitens der Jugendlichen, als auch das Angebot an Lehrstellen in den zahlenmässig wichtigsten Berufen insgesamt konstant, wie der Unternehmerverband Hotelleriesuisse mitteilt. Letztes Jahr traten knapp 3000 Jugendliche eine Lehrstelle als Koch, Restaurations- oder Hotelfachfrau an.

Berufswerbung betreiben Hotelleriesuisse und Gastrosuisse gemeinsam. Der im August neu lancierte Auftritt unter der Marke «berufehotelgastro.ch» um-

fasst eine Online-Informationsplattform für die Jugendlichen – inklusive Schnupper- und Lehrstellenbörse. Die Präsenz in Social Media und an Messen sind weitere bewährte Aktivitäten der beiden Verbände. Neu kommen gemäss Geneviève Wüthrich, Leiterin Marketing und Verkauf Bildung bei Hotelleriesuisse, auch vermehrt Online- und Direkt-Marketing zum Einsatz: «Wir schalten unter anderem Werbung auf Google und Facebook für unsere Stände an den Berufswahlmessen und verstärken das Follow-Up im Anschluss an die Messeauftritte: Die Jugendlichen werden nochmals kontaktiert und mit zusätzlichen Informationen beliefert.»

Im Rahmen der kürzlichen Neuausrichtung des Nachwuchsmarketings stehen insbesondere drei Argumente zugunsten der gastgewerblichen Berufe im Vordergrund: Wer in der Branche arbeitet, muss erstens Menschen mögen, transportiert zweitens einen bestimmten «Lifestyle», schöne Erlebnisse und eine angenehme Atmosphäre für die Kunden, und hat drittens immer etwas Spannendes zu tun.

Lehrstellenangebot in der ICT steigend, aber noch zu klein

Die Informations- und Kommunikationstechnologie (ICT) zählt zu den Branchen mit einem steigenden Bedarf an

Fachkräften. Um dem Mangel aktiv zu begegnen, gründeten der Dachverband ICT-Schweiz sowie kantonale und regionale Organisationen der Arbeitswelt 2010 den Verband ICT-Berufsbildung Schweiz. In den Folgejahren konnte das Lehrstellenangebot um über 900 Ausbildungsplätze respektive 13 Prozent gesteigert werden. 2012 begannen knapp 1900 angehende Informatikerinnen und Informatiker ihre Grundbildung, dazu kommen knapp 400 Mediamatiker. «Das Angebot ist aber im Verhältnis zum Fachkräftebedarf nach wie vor zu gering», stellt Stéphane Schwab, Leiter Berufliche Grundbildung von ICT-Berufsbildung, fest. Die vorhandenen Lehrstellen könnten indes meist mühelos besetzt werden.

Gründe für das fehlende Engagement im Ausbildungsbereich sieht Schwab etwa in einer noch mangelhaften Wahrnehmung der Informatikausbildung: «Sie ist noch nicht so selbstverständlich wie zum Beispiel die kaufmännische Lehre.» Ausserdem seien viele ICT-affine Unternehmen ausländisch – insbesondere angelsächsisch – dominiert. Dass in diesen Betrieben die duale Lehre nicht verankert ist, wirkt sich negativ auf den Branchennachwuchs aus. Im Zuge der neuen Bildungsverordnung 2014 versucht ICT-Berufsbildung, die Ausbildung noch besser an die Bedürfnisse der Wirtschaft anzupassen, damit diese sich in Zukunft stärker dafür einsetzt.

Gegenüber den Jugendlichen tritt der Verband mit Headlines wie «Wer Informatik macht, gestaltet die Zukunft», «Ohne Informatik läuft nichts mehr» oder «Kein Abschluss ohne Anschluss!» in Social Media wie Facebook, Twitter und Xing auf und versucht sie vom kreativen Arbeitsfeld der ICT sowie den vielseitigen Weiterbildungs- und damit Aufstiegsmöglichkeiten zu überzeugen. Die ICT-Branche hat insbesondere auch ein attraktives Angebot in der höheren Berufsbildung mit ihren eidgenössisch anerkannten Abschlüssen. Schliesslich hebt Stéphane Schwab auch die imagebildende Bedeutung von Berufsmesserschäften hervor – kürzlich gewann ein junger Schweizer Informatiker den Vizeweltmeistertitel. «Bessere Werbung für die Branche kann man sich nicht wünschen.» ■