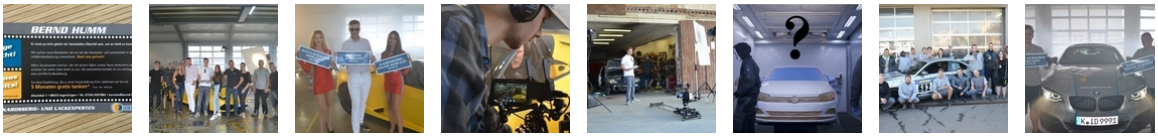
SCHADEN .NEWS



06.11.2019

FACHKRÄFTESUCHE: DIESER BETRIEB PACKT´S RICHTIG AN

"Der Fachkräftemangel entwickelt sich zur größten Herausforderung unseres Handwerks", bringt Betriebsinhaber Bernd Humm die Sache auf den Punkt. Sein Team hat deshalb den schwäbischen Slogan "Mach was gscheits" entwickelt: "Wir wollen damit auf witzige Weise insbesondere junge Leute aus der Region ansprechen", begründet Bernd Humm, denn er weiß: Kommunikation mit potenziellen Nachwuchskräften funktioniert nur auf Augenhöhe. Seit dem Sommer wirbt er deshalb an Berufsschulen und auf seiner Website mit zwei actionreichen Videoclips für Fachkräfte. Im ersten landen drei Tankstellenräuber in einem K&L-Betrieb, um ihr Fluchtfahrzeug umzulackieren. Der zweite Clip, der seit wenigen Tagen online ist, wirbt für den Beruf des Karosserie- und Fahrzeugbaumechanikers und grenzt den IDENTICA Betrieb Humm dabei deutlich von der Hinterhofwerkstatt ab. "Die Idee dazu kam uns nach einem Gespräch mit der Handwerkskammer Ulm zum Thema Fachkräfte", berichtet der Betriebsinhaber. Über diese entstanden auch der Kontakt zu der jungen Filmfirma und das Drehbuch für die Videos.

"WER BEGEISTERUNG WECKEN WILL, MUSS MOTIVIEREN KÖNNEN"

Im Betrieb von Bernd Humm arbeiten 38 Mitarbeiter, darunter sieben Azubis. "Unser Ziel ist, dass wir jetzt in die gute Ausbildung von Lehrlingen investieren, um später herausragende Fachkräfte für unseren Betrieb zu erhalten", erklärt Bernd Humm. Dabei, so unterstreicht der Betriebsinhaber,

komme es vor allem darauf an, sie für ihr Handwerk zu begeistern. "Wir wollen den Azubis richtig was bieten. Die jungen Leute wollen ernstgenommen werden. Der persönliche Umgang auf Augenhöhe und vernünftiges Werkzeug sind daher fester Bestandteil unserer Firmenphilosophie", betont Bernd Humm. Zudem erhalten die Azubis Tankgutscheine oder Fahrkarten für die Fahrt zur Arbeit oder zur Berufsschule. Fachlich sind die Azubis von Anfang an in das Alltagsgeschäft eingebunden. Ein Ausbildungsmeister nimmt sich regelmäßig Zeit, um mit den Azubis gemeinsam die Berichtshefte auszufüllen. Zusammen mit ihm bearbeiten die Lehrlinge zudem einmal im Quartal ein Werkstück, um sich auch praktisch auszuprobieren. Zudem besuchen alle Lehrlinge im ersten Lehrjahr einen Kniggekurs der Handwerkskammer, in dem sie lernen, was sie im Umgang mit Kunden beachten sollten. Die Lehrlinge im zweiten und dritten Lehrjahr besuchen die Azubi-Akademien von Standox. "Wer Begeisterung für das Handwerk wecken will, muss die Azubis motivieren. Das erreiche ich als Chef nicht, indem ich sie die Halle fegen oder Brotzeit holen lasse", erklärt Bernd Humm. "Im Gegenzug erwarte ich dafür von den Azubis, dass sie motiviert und zuverlässig sind."

BILDUNGSPATENSCHAFTEN MIT SCHULEN IN DER REGION

Auch die Azubis selbst sind begeistert. Einige von ihnen haben sich bei der Handwerkskammer Ulm als Ausbildungsbotschafter ausbilden lassen und berichten in mehreren Schulen regelmäßig, wieviel Freude ihnen die Ausbildung in dem K&L-Betrieb macht. "Im Rahmen einer Bildungspartnerschaft arbeiten wir mit drei Schulen in der Region zusammen", erklärt Bernd Humm. Er fügt hinzu, dass der Erfolg von Schule zu Schule dabei unterschiedlich groß sei. "Um das Berufsbild beispielsweise auch an einem Gymnasium vorstellen zu dürfen, mussten wir schon ganz schön Überzeugungsarbeit leisten. Oft steht und fällt so ein Vorhaben auch mit der Bereitschaft der Direktoren", weiß der Betriebsinhaber aus Erfahrung. Das Werkstattsystem IDENTICA leiste dem Betriebsinhaber tatkräftig Unterstützung. "Insbesondere der Systemberater Stefan Linderer war maßgeblich an der Entwicklung der Ideen zum Thema Fachkräftesuche und der Umsetzung beteiligt", unterstreicht Bernd Humm.

BEI DER FACHKRÄFTEAKQUISE KUNDEN INS BOOT HOLEN

Deshalb hat er die Akquise junger Fachkräfte auch auf den Kanal der Kundenkommunikation ausgeweitet: Welche Fachkräfte der Betrieb aktuell sucht, steht inzwischen auf all seinen Ersatzfahrzeugen. "Außerdem haben wir Buttons und Postkarten produzieren lassen, die wir in jedem Kundenfahrzeug nach der Rückgabe verteilen", berichtet der IDENTICA Betriebsinhaber. "Darauf werben wir damit, dass wir jedem Kunden, der uns einen passenden Bewerber empfiehlt, fünf Monate lang den Sprit fürs Auto bezahlen – gesetzt dem Fall, der Arbeitsvertrag kommt zustande."

"FÜR UNSEREN BETRIEB IST ES DIE BESTE WERBUNG"

Doch was bringen die vielen Bemühungen bei der Fachkräftesuche dem Betrieb? "Auf dem ersten Blick scheint das Ergebnis ein wenig ernüchternd zu sein. Doch ich halte mir immer vor Augen, dass unsere Aktionen auch immer Marketing für unsere Firma sind." Auf die Clips jedenfalls werden Bernd Humm und sein Team immer wieder angesprochen. "Für unseren Betrieb ist das die beste Werbung", weiß der Betriebsinhaber.

Ina Otto