

„Betriebe müssen zeigen, was sie können“

Schulen setzen auf Engagement in der Berufsorientierung

nkende Schülerzahlen plus volle Auftragsbücher, macht zusammen: ein echtes Dilemma Handwerksbetriebe. Denn die Nachwuchssituation ist aufwändiger geworden, die Zeit dafür aber knapper. Das macht sich auch bei den Schulen bemerkbar, die sich um eine möglichst vielfältige Berufsorientierung bemühen und dafür auf die Zusammenarbeit mit Unternehmen angewiesen sind. „Statt ihre Anstrengungen in Zeiten wachsenden Wettbewerbs und steigenden Fachkräftepreisen zu verstärken, scheinen einige Betriebe lieber zu haben“, sagt etwa Rainer Kropp-Kurta, Schulleiter der Grund- und Werkrealschule Villinlorf.

Ausforderung erkannt?

Die Schule tut viel für die Berufsorientierung, nutzt die Angebote der Bildungsakademie Rott und arbeitet eng mit der Nachwuchswerbung der Handwerkskammer zusammen. Von den Betrieben selbst komme aber zu wenig, kritisiert der Schulleiter.

Ein Beispiel: Jedes Jahr veranstaltet die Schule ein regionales Berufsforum, bei dem sich Betriebe vorstellen und in Kontakt mit Acht- bis Zehntklässlern kommen können. 36 Unternehmen waren im letzten Jahr da, allerdings kein Handwerksbetrieb aus der Region. Und das, obwohl die Schulleitung Rücksicht auf die Belange kleinerer Betriebe genommen und die Messe auf drei Stunden am späten Nachmittag angesetzt hatte.

Katharina Hirt, Rektorin der Eschachschule in Nellenburg, hat andere Erfahrungen gemacht: „Wir haben bei unserer hauseigenen Berufsmesse ein steigendes Interesse des Handwerks zu verzeichnen. Ebenso bei der Vergabe von Praktikumsplätzen. Zwar hat die Industrie deutlich mehr Plätze zur Verfügung, aber das ist der Größe der Betriebe und nicht dem Interesse geschuldet“, sagt sie. Handwerksbetriebe, mit denen ihre Schule zusammenarbeitet, hätten sehr wohl die Herausforderung erkannt und gingen neue Wege zur Gewinnung von Azubis: vermehrt Praktika, Vorlesung der Berufe bei Elternabenden, Elternabende im Betrieb, um vor Ort Arbeitsplätze, Tätigkeiten und Teams vorzustellen. Auch sei das Interesse an Bildungspartnerschaften auf Seiten der Handwerksbetriebe deutlich gestiegen. „Unsere



Rainer Kropp-Kurta.

Foto: privat



Katharina Hirt.

Foto: privat



Beate Clot.

Foto: privat

Partner haben ein offenes Ohr“, so das zufriedene Fazit der Schulleiterin.

Auch Beate Clot vom Schulverbund Nellenburg in Stockach ist zuversichtlich, was die Kooperation mit dem örtlichen Handwerk betrifft. Sie plant mit ihrem Kollegium derzeit erstmals ein Berufsforum und hat schon etliche Zusagen erhalten: „Wir wollen Begegnungen auf den Weg bringen und Kontakte schaffen. Dazu sind wir als Schule aktiv geworden“, sagt sie. In kleinem Rahmen sollen sich die Unternehmen vorstellen können und die jeweiligen Berufe möglichst praxisnah vermitteln. „Vor allem Eltern, die selbst Betriebe haben, stehen hinter der Idee“, so ihr Eindruck.

Einen deutlichen Unterschied zwischen dem industriellen Mittelstand und dem Handwerk stellt dagegen Kropp-Kurta fest. Die Industrieunternehmen hätten andere Mittel und spielten sie auch aus: „Sie kommen mit Roll-ups und locken mit großzügigen Angeboten vom Azubi-Shuttle bis zum Handy-Vertrag und der Finanzierung des Führerscheins.“ Die Reaktion des Handwerks: Fatalismus nach dem Motto „Das können wir sowieso nicht leisten“.

Diesen Schluss lässt der Schulleiter nicht gelten: „Das Handwerk hat andere Stärken, zum Beispiel die familiäre Atmosphäre. Das ist das Pfund, mit dem man wuchern sollte.“ Positive Beispiele gebe es genug. Etwa der ehemalige Schüler, der mit geduldiger Unterstützung seines Lehrherrn endlich die Führerscheinprüfung schaffte. Oder die beiden Jungs, die begeistert aus einem Praktikum beim Zimmerer kamen und jetzt in die Ausbildung gestartet sind.

Apropos Praktikum und Ausbildung: Auch da fordert Kropp-Kurta ein Umdenken. „In der Industrie wird den Jugendlichen der rote Teppich ausgerollt. Im Handwerk drückt man ihnen erst einmal den Besen in die Hand“, so sein Eindruck. Die harte Ansprache, der Satz „Lehrjahre sind kei-

ne Herrenjahre“, das sei schlicht nicht mehr zeitgemäß: „Dieser Zopf muss ab“, mahnt der Pädagoge.

Lehrer sehen gute Chancen

Dass es kleinen Betrieben mit wenigen Mitarbeitern oft schwerer falle, Praktikanten zu betreuen, findet seine Dunninger Kollegin verständlich. „Dennoch stellen viele Handwerksbetriebe Plätze zur Verfügung, das ist sehr lobenswert“, sagt Katharina Hirt. Eine Möglichkeit, den Aufwand zu reduzieren, sieht sie darin, dass sich mehrere Betriebe zusammenschließen, um gemeinsam Praktikanten zu betreuen. Ein gleiches oder ähnliches Berufsbild könne dann an verschiedenen Arbeitsplätzen und mit gemeinsamen Projekten vermittelt werden.

Auf neue Ideen und mehr Resonanz hofft auch Rainer Kropp-Kurta. Denn darin ist er sich sicher: Für viele seiner Schüler wäre eine handwerkliche Ausbildung genau das Richtige. „Die Eltern sehen das zwar oft anders und wollen für ihre Kinder keinen Job im Blaumann. Aber das Kollegium und ich sind echte Handwerk-Fans. Nur müssen die Betriebe auch zeigen, was sie können.“

Nachwuchswerbung

Ob Tipps für Messeauftritte, Informationen zu Bildungspartnerschaften oder Schulungen für Ausbildungsbotschafter: Das Team für Nachwuchswerbung der Handwerkskammer Konstanz ist nicht nur selbst in Schulen und bei Messen vor Ort, sondern berät Mitgliedsbetriebe kostenfrei zu allen Aktivitäten rund um die Nachwuchsgewinnung.

■ **Ansprechpartnerinnen** sind Maria Grundler, Tel. 07531/205-252, maria.grundler@hwk-konstanz.de und Marina Bergmann, Tel. 07531/205-389, marina.bergmann.bua@hwk-konstanz.de