

› Vom Ruf der Branche bis zur Realität: Ein Blick in die Nachwuchssuche der Bauindustrie



Unser Mitgliedsunternehmen **BISTRA Bau GmbH & Co. KG** gewährt uns in diesem Gespräch einen offenen Einblick in die aktuellen Herausforderungen der Nachwuchsgewinnung in der Bauindustrie. Personalleiterin **Kerstin Lorenz** schildert, wie sich Bewerberverhalten, Erwartungen und Ausbildungsrealität verändern – und welche Wege das Unternehmen geht, um trotzdem passende Fachkräfte und Auszubildende zu finden.



Eine aktuelle Umfrage unserer Mitgliedsunternehmen hat ergeben, dass ein erheblicher Anteil der Befragten nicht alle Ausbildungsplätze besetzen konnte. Hat Ihr Unternehmen auch Schwierigkeiten, den Bedarf an Nachwuchskräften zu decken, Frau Lorenz?

Frau Lorenz: Diese Herausforderungen sind auf jeden Fall auch bei uns da, ja. Passende Mitarbeiter und Auszubildende sind schwer zu finden. Das Interesse an Ausbildungen in der Bauindustrie ist groß, jedoch wird der Bau noch häufig mit dem Bild schwerer körperlicher Arbeit assoziiert. Obwohl sich das Image in den letzten Jahrzehnten auch auf Grund des Einsatzes modernster Technik bereits verbessert hat, begegnen wir diesem Vorurteil immer wieder. Früher hieß es oft »auf dem Bau nehmen sie jeden«, doch das wird der Vielfalt der verschiedenen Ausbildungsmöglichkeiten gar nicht gerecht. Zumal es bei uns viel mehr Weiterbildungs- und Aufstiegsmöglichkeiten gibt, als man denken mag. Auch durch die starke Förderung des Abiturs in den letzten Jahren ist es schwieriger geworden, genügend junge Menschen für das Handwerk bzw. Bauindustrie zu begeistern.

Versuchen Sie, dieses verbreitete Image vom Bau zu durchbrechen und den Menschen zu zeigen, dass hinter den Berufen in der Bauindustrie noch viel mehr steckt?

Frau Lorenz: Ja, wir besuchen immer wieder verschiedenste Schulen – Gymnasien, Oberschulen, Förderschulen –, um bei den jungen Schülerinnen und Schülern das Interesse am Bau zu wecken. Auch auf Messen sind wir stark vertreten. Daneben versuchen wir mit einer starken Social-Media-Präsenz, auf uns aufmerksam zu machen. Wir nutzen Facebook, Instagram, LinkedIn und auch lokale Jobportale, um passende Auszubildende und Fachkräfte zu finden. Während wir immer öfter bemerken, dass Menschen durch Social Media auf uns aufmerksam geworden sind, sind Printmedien inzwischen eher out.

In der Region Ihres Standorts, der idyllischen Oberlausitz, fördern Sie mehrere Sportvereine und andere Projekte für Kinder. Wie kam es dazu?

Frau Lorenz: Teilweise werden wir von außen angefragt, ob wir nicht ein Projekt oder eine Veranstaltung fördern wollen. Ein Großteil geht aber von unseren Mitarbeitern aus. Viele sind Mitglied in einem Verein und engagieren sich dort im Privaten, auch durch Mitgliedschaften der Kinder. Gerne unterstützen wir dann genau diese Vereine, sodass direkt eine gewisse persönliche Bindung vorhanden ist.

Dadurch zeigt man als Unternehmen auch eine gute Präsenz in der Region und kann so wiederum neue Auszubildende oder Fachkräfte für sich gewinnen, oder?

Frau Lorenz: Genau! Das hat einen gewissen Wiedererkennungswert, wenn man sich viel für die Projekte in der eigenen Region einsetzt. Es ist eine Werbung für unser Unternehmen, um z. B. auf offene Stellen zu verweisen. Allerdings wollen wir, dass hier die Menschlichkeit und das Miteinander im Fokus stehen. Wir suchen gern das Gespräch, den persönlichen Kontakt und begegnen anderen auf Augenhöhe. Das ist ausschlaggebend, denn diese Sympathie spricht sich schnell herum. Auch Studenten, die nebenbei bei uns arbeiten, berichten Bekannten und Freunden von dem guten Klima und wie aufgehoben sie sich gefühlt haben. So eine positive Rückmeldung bleibt bei den Menschen hängen.



Das ist gerade essenziell, da in den kommenden Jahren ein Großteil der Baby-Boomer in Rente gehen wird. Der Bedarf an Fachkräften und Auszubildenden wird dementsprechend steigen. Bereitet sich Ihr Unternehmen bereits darauf vor?

Frau Lorenz: Man weiß natürlich, was kommt, und versucht auch dagegen zu steuern. Aber eine 1:1-Besetzung ist schwierig. Wir haben bereits angefangen, weitere Regionen in unseren Suchradius mit aufzunehmen. Wir versuchen sogar polnische Fachkräfte für unser Unternehmen zu gewinnen. Durch die unterschiedlichen Abschlüsse und Sicherheitsstandards ist das jedoch nicht einfach. Auch ist es eher schwierig, polnische Kollegen gut an das Unternehmen zu binden. Allerdings haben wir zwei Fachkräfte aus Polen, die mittlerweile ein ganz fester Bestandteil unseres Teams sind. Diese wollen wir wirklich nicht mehr missen.

Fallen Ihnen denn irgendwelche Unterschiede in den Erwartungen auf, die Auszubildende und junge Arbeitnehmer im Vergleich zu den Alteingesessenen an das Unternehmen haben?

Frau Lorenz: Die Unternehmensbindung war früher viel stärker ausgeprägt. Da hat man 30, 40 Jahre bei ein und derselben Firma gearbeitet. Heute ist alles schnelllebig, sprunghafter und von Emotionen geprägt.

Unterscheiden sich die Generationen noch auf andere Art und Weise?

Frau Lorenz: Wir bemerken immer wieder, dass bedingt durch gesellschaftliche Veränderungen grundlegende handwerkliche Fähigkeiten und eine gewisse Selbstständigkeit fehlen. Dadurch dauert es oft länger, sie umfassend auszubilden, da viele Basics zunächst vermittelt werden müssen, die früher bei den meisten bereits vorhanden waren. Gleichzeitig beobachten wir eine veränderte Form der Begeisterungsfähigkeit: Junge Menschen lassen sich schnell für etwas gewinnen und investieren viel Energie und Einsatz. Ebenso rasch kann diese Begeisterung jedoch wieder abflauen und ins Gegenteil umschlagen. Damit muss man lernen umzugehen und gegen zu steuern. Die Unterschiede zwischen den Auszubildenden werden jedoch immer größer. Einerseits haben wir Auszubildende, die sehr schnell lernen und entsprechend gefordert werden möchten. Andererseits gibt es Schulabgänger, die mehr Zeit benötigen und intensiver begleitet werden müssen.

Da scheint auch auf die Unternehmen, speziell den Personalverantwortlichen und Auszubildenden, einiges zuzukommen.

Frau Lorenz: Ja, wir müssen natürlich versuchen, allen Auszubildenden gerecht zu werden. Wir wollen nicht, dass sich jemand unterfordert fühlt. Gleichzeitig wollen wir denen, die mehr Hilfe und Unterstützung benötigen, diese zukommen lassen. Das ist ein Mehraufwand für uns, auf den wir uns bereits eingestellt haben. Wir freuen uns über jede einzelne Bewerbung. Viele Jugendliche probieren sich bereits während der Ferien oder bei einem Schulpraktikum aus. So können wir bereits da schon einwirken und sehen Potentiale oder Defizite, an denen wir während der Ausbildungszeit arbeiten können. Wir beobachten ebenfalls, dass sich die Kenntnisse der Auszubildenden durch die zunehmende Digitalisierung verändern. Es ist positiv, dass digitale Werkzeuge genutzt werden, um Fähigkeiten aufzubauen – dennoch können sie praktische Erfahrungen nur selten ersetzen. Auf den Baustellen ist daher viel Geduld seitens der Facharbeiter gefragt, wenn die jungen Auszubildenden nicht mehr am Simulator, sondern mit echten Maschinen arbeiten.

Da scheinen einige Herausforderungen in der Zukunft auf Ihr Unternehmen zuzukommen. Was würden Sie sich von der Politik wünschen, damit Ihnen die Deckung des Fachkräftebedarfs erleichtert wird?

Frau Lorenz: Der bürokratische Aufwand ist nach wie vor viel zu hoch, und das Regulierungssystem wirkt in vielen Bereichen schlicht uferlos. Ich würde mir eine bessere Erreichbarkeit der Behörden wünschen. Auch mehr Digitalisierung wäre hilfreich, um Prozesse zu verschlanken und effizienter zu gestalten.

Wir wünschen Ihnen weiterhin viel Erfolg bei der Nachwuchsgewinnung und dem Stemmen der Herausforderungen. Vielen Dank für das Gespräch!



BISTRA Bau GmbH & Co. KG

Geschäftsführung

Dipl.-Ing. Hartmut Horn

Ansprechpartnerin Bewerbung/Personal

Kerstin Lorenz

T +49 3594 77200

E personal@bistra-bau.de

BISTRA Bau GmbH & Co. KG

Dresdner Straße 63

01877 Schmölln-Putzkau