



Fachkräftesicherung

Auszubildende finden — Fachkräfte entwickeln — Leistungsträger halten



ZENTRALVERBAND
DEUTSCHES
BAUGEWERBE **ZDB**

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Zentralverband Deutsches Baugewerbe

Kronenstraße 55-58
10117 Berlin

Telefon 030 20314-0
Telefax 030 20314-419
E-Mail bau@zdb.de
www.zdb.de

Titelbild: shutterstock.com
Bilder: Christian Gürtler/pixelio.de, ZDB/Kütt-
ner, ZDB/Simonis, ZDB.
Druck: Ludwig Austermeier Offsetdruck oHG

März 2014

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Vorbemerkung	4
I. Der demografische Wandel und die Konsequenzen im Bauunternehmen	5
1. Der demografische Wandel in Zahlen	5
2. Auswirkungen auf Bauunternehmen	5
3. Vorteile der dualen Ausbildung	6
II. Auszubildende finden	7
1. Sich als Wunscharbeitgeber positionieren: „Der Betrieb bewirbt sich“ – Wie geht das?	7
2. Stärken kommunizieren: geeignete Instrumente zur Ansprache Jugendlicher	8
3. Alle Potenziale ausschöpfen!	10
III. Fachkräfte entwickeln und im Unternehmen halten	12
1. Während der Ausbildung: Ausbildungsabbrüche vermeiden	12
2. Übergang von der Ausbildung in den Job: fertige Gesellen im Betrieb halten	13
3. Fachkräfte im Unternehmen halten	14
3.1 Monetäre Anreize	14
3.2 Arbeitsbedingungen und Perspektiven	14
3.3 Betriebsklima und Mitarbeitergespräche	15
3.4 Arbeitszeit	16
3.5 Gesundheit	16
IV. Unterstützung bei der Ausbildung durch die Branche	17
1. Ausbildungskosten	17
2. Unterstützung durch den Verband	17
3. Fördermöglichkeiten	18

Vorbemerkung

Der demografische Wandel unserer Gesellschaft ist spürbar und betrifft alle Lebensbereiche. Immer weniger junge Menschen treffen auf immer mehr ältere Menschen. Dabei haben die heute Geborenen bereits eine durchschnittliche Lebenserwartung von an die 100 Jahren.

Das hat Konsequenzen: für unsere gebaute Umwelt, für Gebäude, Häuser und Wohnungen, aber auch für die Infrastruktur in Städten und Gebäuden. Hier fallen Bauaufgaben zuhauf an und füllen langfristig die Auftragsbücher der Bauunternehmen. Aber der demografische Wandel hat auch Konsequenzen für die sozialen Sicherungssysteme und vor allem für die Fachkräftesituation in allen Bereichen unserer Volkswirtschaft. Das gilt auch für die Bauwirtschaft und damit für Ihr Unternehmen.

Wir als Ihr Spitzenverband wollen mit dieser Broschüre Anregungen und Ideen liefern, wie Sie mit der Situation in Ihrem Unternehmen umgehen können. Diese Publikation erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Ihre Kreativität und Ihre Ideen sind weiter gefordert. Ihr Verband kann Ihnen nur Hilfestellung leisten. Das gilt selbstverständlich auch für die Innungen, Kreishandwerkerschaften und Landesverbände vor Ort. Sprechen Sie diese an!



I. Der demografische Wandel und die Konsequenzen im Bauunternehmen

Der demographische Wandel bezeichnet die Veränderung der Bevölkerungsentwicklung und -struktur. In der gegenwärtigen Diskussion bezieht sich der Begriff, „demographischer Wandel“ darauf, dass die Bevölkerung in Deutschland insgesamt weniger, älter und vielfältiger wird. Hiervon sind die Bundesländer unterschiedlich stark betroffen.

Der demographische Wandel hinterlässt am Arbeitsmarkt deutliche Spuren. Zum einen wird mit sinkender Bevölkerung auch die Zahl der Menschen im erwerbsfähigen Alter zurückgehen, und zum anderen altert die Erwerbsbevölkerung. Aufgrund dessen rücken die Themen „Fachkräftesicherung“ und „altersgerechte Gestaltung von Arbeit“ für Unternehmen immer mehr in den Fokus. Stellen Sie sich die Frage: Wie kann ich meinen Betrieb darauf vorbereiten?

1. Der demografische Wandel in Zahlen

Auf der Basis von Modellrechnungen der Länder zur Schülerentwicklung veröffentlicht die Kultusministerkonferenz (KMK) in unregelmäßigen Abständen einen Überblick über die voraussichtliche Entwicklung der Zahl der Schülerinnen und Schüler sowie der Absolventen der Schulen bis 2025.

Entsprechend der aktuellen Vorausberechnung von 2013 gibt es im Jahr 2025 bundesweit nur noch ca. 732.000 Absolventen der allgemein bildenden Schulen. Im Vergleich: 2013 waren es noch 903.000. Das heißt, im Jahr 2025 werden 171.000 Absolventen weniger, das entspricht 19 %, für eine duale Ausbildung zur Verfügung stehen. Der Abwärtstrend beginnt 2014 und setzt sich bis 2025 kontinuierlich mit jährlichen Rückgängen von 2 % bis 3 % fort.

Bezogen auf die Absolventen mit Hauptschulabschluss und mittlerer Reife bedeutet das:

2025 stehen 27 % weniger Absolventen mit Hauptschulabschluss und

17 % weniger Absolventen mit mittlerer Reife

zur Verfügung.

2. Auswirkungen auf Bauunternehmen

Sie benötigen qualifizierte Mitarbeiter/innen, um erfolgreich sein zu können.

Durch den demografischen Wandel steigt der Wettbewerb um qualifizierte Arbeitskräfte und erhöht die Notwendigkeit potenzielle Beschäftigte gezielt anzusprechen

und für das Bauhandwerk zu begeistern. Auf der anderen Seite wird es für Sie auch immer wichtiger, gute Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen an den Betrieb zu binden. Hier sind Sie als Unternehmer bzw. als Unternehmerin gefordert, aktiv zu werden.

Zur Fachkräftesicherung bedarf es einer umfassenden Gesamtstrategie, in der viele verschiedene Stellschrauben bewegt werden können: Diese reichen von einer passgenauen Ausbildung, einer höheren Erwerbstätigkeit von Frauen, längerer Lebensarbeitszeit bis hin zur besseren Nutzung der Potenziale von Zuwanderern. Dies spiegelt sich in einer ganzen Bandbreite vielfältiger Handlungsansätze wider, die von Ihnen verfolgt werden können und auch müssen.

Ein wesentlicher Handlungsansatz ist die Ausbildung.

Wenn Sie als Unternehmen Ihren Fachkräftenachwuchs selbst passgenau ausbilden, kann Ihr Unternehmen vom externen Arbeitskräfteangebot unabhängiger werden. Sie gewinnen so loyale Mitarbeiter, die nach Abschluss ihrer Ausbildung keine oder eine deutlich geringere Einarbeitungs-/Eingliederungszeit als neu eingestellte Fachkräfte benötigen, da sie die Unternehmensabläufe und die Unternehmenskultur kennen.

Ausbilden ist Zukunft!

Sie sichern den Nachwuchs in Ihrem Betrieb!

Sie geben betriebsspezifisches Know-how an die Fachkräfte von morgen weiter!

Sie haben die Sicherheit, Ihre Mitarbeiter und deren Fachwissen zu kennen!

Sie sparen Aufwand und Geld durch weniger Personalfehlbesetzungen!

Sie bauen ein langfristiges Vertrauensverhältnis zu Ihren Mitarbeitern auf!

Sie steigern die Leistungsfähigkeit und Zusammengehörigkeit Ihres Teams!

Sie optimieren Ihr Image in der Öffentlichkeit!

Sie gewinnen Kundenvertrauen!

Sie steigern Ihre Wettbewerbsfähigkeit!

Außerdem können Sie Ihre Kosten, die im Zusammenhang mit Neueinstellungen oder auch aufgrund von Fehlbesetzungen entstehen, deutlich reduzieren.

Berücksichtigen Sie, dass Berichte zufriedener Auszubildender und Fachkräfte Ihres Betriebes die positive Außenwahrnehmung Ihres Unternehmens sehr unterstützen.

3. Vorteile der dualen Ausbildung:

• **Sicherung Ihres Fachkräftenachwuchses**

Indem Sie selbst ausbilden, sind Sie weniger auf den externen Arbeitsmarkt angewiesen. So können Sie mittelfristig trotz zunehmender Auswirkungen des demografischen Wandels Ihren Fachkräftebedarf decken.

• **Passgenauigkeit Ihrer Fachkräfte**

Die Ausbildungsordnungen eröffnen Ihnen einen relativ großen Spielraum im Hinblick darauf, welche Inhalte Sie

an Ihre Lehrlinge weitergeben wollen und können. Dies gibt Ihnen die Möglichkeit, auch sehr unternehmensspezifische Besonderheiten im Rahmen der Ausbildung zu vermitteln und auf diese Weise Ihre Auszubildenden genau auf ihren späteren Einsatzbereich vorzubereiten.

• **Gezielte Personenauswahl**

Ihr Unternehmen wird in die Lage versetzt, potenzielle Mitarbeiter bereits im Vorfeld einer späteren Beschäftigung kennenzulernen und die zu erwartende Arbeitsleistung zuverlässiger beurteilen zu können. Dadurch können Sie das Risiko einer späteren Fehlbesetzung von Stellen deutlich reduzieren.

• **Frühzeitige Bindung Ihrer Fachkräfte**

Nach einer mehrjährigen Ausbildung werden Auszubildende die Vorteile Ihres Unternehmens zu schätzen wissen. Der Aufbau von gegenseitigem Vertrauen führt zu einer hohen Bindung zu Ihrem Unternehmen. Setzen Sie

sich für eine hohe Motivation Ihrer Mitarbeiter ein, und Sie erreichen, dass diese zu leistungsstarken Stützen Ihres Unternehmens werden.

• **Leistungserbringung**

Die Auszubildenden wachsen sehr schnell in die Arbeitsabläufe des Unternehmens hinein und sind so schon früh produktiv tätig.

• **Stärkung des Images Ihres Unternehmens**

Indem Sie Jugendlichen eine Zukunftsperspektive geben, werden sowohl Ihr Kunden- und Lieferantenkreis, aber auch Ihr eigenes Personal sowie die Öffentlichkeit Sie als engagierten Ausbildungsbetrieb wahrnehmen.

Argumente für eine Berufsausbildung in der Bauwirtschaft



Das Baugewerbe bietet...

- .. abwechslungsreiche Tätigkeitsfelder,
- .. Spannung und Herausforderung durch die Arbeit mit moderner Technik und Maschinen,
- .. eine qualitativ hochwertige Ausbildung durch das duale System und die überbetrieblichen Ausbildungszentren,
- .. überdurchschnittliche Bezahlung in der Ausbildungszeit,
- .. einen sicheren Arbeitsplatz für engagierte Jugendliche,
- .. vielseitige Karrieremöglichkeiten - fast keine andere Branche bietet eine solche Vielzahl an Aufstiegsmöglichkeiten,
- .. vorzeigbare und dauerhafte Ergebnisse, die die eigene Leistung widerspiegeln.

II. Auszubildende finden

Vor dem Hintergrund schlagkräftiger Imagekampagnen sowie des höheren Bekanntheitsgrades großer Unternehmen sind bei kleinen und mittelständischen Bauunternehmen inzwischen größere Anstrengungen erforderlich, um trotz rückläufiger Schülerzahlen geeignete Auszubildende zu gewinnen.

Wenn Sie Auszubildende einstellen wollen, dann ...

... starten Sie die Suche frühzeitig, etwa ein Jahr vor dem geplanten Ausbildungsbeginn:

Die guten Bewerber sind schnell unter Vertrag. Bei 12 Monaten Vorlaufzeit bleibt dagegen genug Zeit, aussichtsreiche Bewerber vorher ein zweiwöchiges Praktikum absolvieren zu lassen.

... planen Sie Ihren Bedarf an Auszubildenden.

... legen Sie Ihre Anforderungen an die Bewerber und Bewerberinnen fest:

Welche fachlichen Fähigkeiten und Fertigkeiten und welche Eigenschaften und Sozialkompetenzen erwarten Sie von Ihrem Auszubildenden? Nur so können Sie die Bewerber objektiv miteinander vergleichen (siehe Checkliste S. 11).

... überlegen Sie sich Argumente mit denen Sie die Jugendlichen für Ihren Bauberuf begeistern wollen

– Sie werden mit entsprechenden Fragen konfrontiert werden (siehe Kasten Seite 6).

... präsentieren Sie Ihren Betrieb als vorzüglichen Ausbildungsbetrieb (siehe Kapitel II.1.)

... wählen Sie geeignete Instrumente zur Ansprache Jugendlicher

um Ihre Werbebotschaft als Ausbildungsbetrieb und Ihren Personalbedarf zu kommunizieren (siehe Kapitel II.2.).

... schöpfen Sie alle Potenziale aus:

Ziehen Sie grundsätzlich auch Gruppen von Jugendlichen in Betracht, die Sie bei der Besetzung von Ausbildungsplätzen bisher nicht berücksichtigt haben, z.B. Schulabgänger mit schlechteren Noten, Frauen, ausländische Jugendliche, ältere Bewerber (siehe Kapitel II.3).

1. Sich als Wunscharbeitgeber positionieren: „Der Betrieb bewirbt sich“ – Wie geht das?

Noch vor wenigen Jahren haben sich auf jeden Ausbildungsplatz, den die Unternehmen angeboten haben, mehrere Dutzend Auszubildende beworben, unter denen stets auch einige geeignete Kandidaten waren. Das Unternehmen hatte die Auswahl. Heute ist unter den wenigen Bewerbern, die sich melden, oft keiner, der den Anforderungen des Betriebes entspricht. Die Guten bewerben sich in anderen Branchen und vorzugsweise in

großen und bekannten Unternehmen – und das oft nur, weil sie nicht mehr über die Baubranche wissen als die gängigen Klischees; und weil sie insbesondere Ihr Unternehmen, seinen guten Ruf, seine Ausbildungsleistungen und die Aufstiegsmöglichkeiten, die dort auf sie warten, nicht kennen.

Das Blatt hat sich gewendet

Betriebe, die talentierte junge Menschen anziehen wollen, müssen ihre Attraktivität als Arbeitgeber und Ausbilder stärken und zeigen, was sie zu bieten haben – sie müssen sich bei den Talenten „bewerben“, um sie für sich zu gewinnen.

Wie „bewirbt“ sich ein Betrieb?

Um eine solche „Unternehmensbewerbung“ bei den Jugendlichen, z.B. im Karrierebereich Ihrer Homepage, erfolgreich formulieren zu können, sind die Antworten auf folgende Frage hilfreich:

„Warum sollte ein Bewerber ausgerechnet bei uns im Unternehmen seine Ausbildung machen?“

▶ Diskutieren Sie diese Frage mit Ihren Mitarbeitern, insbesondere den Auszubildenden, die bereits bei Ihnen lernen: Sie werden Ihnen sagen, was sie an Ihrem Unternehmen schätzen, worauf sie Wert legen und welche die Gründe sind, warum sie ausgerechnet bei Ihnen im Betrieb arbeiten.

▶ Leiten Sie aus dieser Diskussion Stärken ab, die Ihr Unternehmen auszeichnen - und zwar authentisch. Geben Sie nichts vor, was Sie nicht halten können. Achten Sie darauf, dass es sich dabei um Stärken handelt, die für Ihre Zielgruppe, also für Schulabgänger (und ihre Eltern), relevant sind.

▶ Konzentrieren Sie sich auf diejenigen Besonderheiten oder Stärken, die Ihre Wettbewerber nicht bieten („unser Geschäftsführer hat seine Maurerausbildung bei uns im Unternehmen absolviert“) und bauen Sie diese als Ihr individuelles „Arbeitgebersprechen“ an die Bewerber aus (-> „beste Aufstiegchancen“). Über Stärken und Arbeitgeberleistungen Ihrer Wettbewerber können Sie sich ggf. auf deren Homepages oder bei neu eingestellten Mitarbeitern informieren.

▶ Ziel ist es, ein attraktives, glaubwürdiges und unverwechselbares Bild eines kompetenten Arbeitgebers nach innen und außen zu vermitteln. Überprüfen Sie daher noch einmal, ob Ihr „Arbeitgebersprechen“ einer kritischen Prüfung standhält, ob Sie es als Unternehmen im

Alltag werden halten können, und vermeiden Sie bei der Formulierung bloße Floskeln.

Finden Sie dann einen einprägsamen und originellen Slogan, mit dem Sie sich als Ausbildungsbetrieb in der Region bekannt machen, als „Überschrift für Ihre Kernbotschaften“. Eine gute PR-Agentur kann Ihnen dabei helfen.

Das Arbeitgeberversprechen

Das „Arbeitgeberversprechen“ eines Bauunternehmens könnte einige der folgenden Kernbotschaften enthalten:

Wir bieten ...

- ... eine exzellente Ausbildung für tatkräftige junge Männer und Frauen (Beweis: Ausbildungsergebnisse und Erfolg in Leistungswettbewerben)
- ... individuelle Betreuung in der Ausbildung durch einen Mentor
- ... Unterstützung auch in der Schule (Beweis: eigene Azubis berichten auf Facebook)
- ... selbstbestimmtes Arbeiten und Übernahme von Verantwortung
- ... Respekt, Ehrlichkeit und Vertrauen als gelebte Werte
- ... den besten Zusammenhalt zwischen Azubis und Ausbildern (Azubis und Ausbilder berichten gemeinsam auf einer Schulveranstaltung)
- ... die schönsten Firmenevents (Beweis: Fotos auf Homepage),
- ... Spaß an der Arbeit (Azubis berichten auf Schulveranstaltungen)
- ... die professionellste Personalentwicklung / die besten Aufstiegschancen (Beweis: unser ehemaliger Maurer-Azubi ist heute Geschäftsführer)
- ... die Bezahlung des LKW-Führerscheins
- ... die längsten Betriebszugehörigkeiten
- ... die sichersten Arbeitsplätze: 30% unserer Facharbeiter sind „Eigengewächse“
- ... die familienfreundlichsten Arbeitsbedingungen
- ... gelebten Gesundheits- und Arbeitsschutz
- ... die prominentesten, spannendsten oder abwechslungsreichsten Baustellen
- ... den modernsten Maschinenpark

Statt also interessierte Jugendliche in der Stellenausschreibung oder im Karriereteil der Homepage mit einer ausufernden Liste von „Anforderungen“ an den Stellenbewerber abzuschrecken, betreiben Sie Imagewerbung und stellen Sie mit dieser Botschaft „Was wir bieten“ die Vorzüge Ihres Unternehmens in den Vordergrund. Der Leser muss das Gefühl bekommen, als Bewerber begehrt zu sein. Mit einer interessanten und originellen Schlagzeile („Slogan“) machen Sie ihn neugierig auf Ihr Unternehmen und motivieren ihn, sich bei Ihnen vorzustellen.

Zu einer ehrlichen Darstellung des Berufes und Ihres Unternehmens können dabei durchaus auch realistische Hinweise auf den Baustellenalltag gehören („harte körperliche Arbeit bei Wind und Wetter“) – schließlich möchten Sie die richtigen Bewerber anziehen; klar ist aber, dass die positiven Aspekte des Arbeitgeberversprechens überzeugen müssen („fantastische Entwicklungschancen“).

Achten Sie darauf, dass sich Ihr Slogan und die dahinterstehenden Kernbotschaften wie ein „roter Faden“ durch Ihre gesamte Kommunikation als Arbeitgeber durchziehen (Stelleninserat, Karrierewebsite, Fotos, Facebook, Firmenbroschüre, Messen etc.). Ihr Auftritt muss stimmig sein und den Bewerber auch emotional ansprechen.

Benutzen Sie Bilder!

► Halten Sie Ihr „Arbeitgeberversprechen“ ein, festigen Sie Ihren guten Ruf als Ausbildungsbetrieb und kommunizieren Sie die Besonderheiten, die Ihr Unternehmen so interessant und attraktiv für junge Leute machen, auf geeigneten Wegen. Das heißt: Nutzen Sie für Ihre Botschaft Medien, die bei Jugendlichen gut ankommen.

2. Stärken kommunizieren: geeignete Instrumente zur Ansprache Jugendlicher

Die stärksten Argumente, einen geeigneten Auszubildenden zu gewinnen, erfolgreich auszubilden und möglichst lange im Unternehmen zu halten, sind:

- zielgerichtete Vorab-Informationen über den Beruf, seine Anforderungen und Arbeitstätigkeiten, die Inhalte der Ausbildung sowie Erwartungen an den Auszubildenden
- Einblick in den Alltag des Ausbildungsbetriebes
- glaubwürdige Aussagen Gleichaltriger und
- Wohnortnähe des Ausbildungsplatzes.

Daraus ergeben sich folgende Empfehlungen:

• Suchen Sie vor allem in unmittelbarer Umgebung Ihres Unternehmens nach Bewerbern.

• Bauen Sie langfristige Beziehungen in der Region auf:

Laden Sie die Familien in Ihrer Region einmal jährlich zum

Tag der offenen Tür oder (besser noch:) zum Tag der offenen Baustelle ein.

• **Bieten Sie Ferienjobs und Betriebspraktika an:**

Betriebspraktika sind der beste Weg, interessierte und talentierte Jugendliche für eine Ausbildung zu gewinnen. Darüber hinaus sind bei ehemaligen Praktikanten die Chancen für einen erfolgreichen Abschluss der Ausbildung und ein Verbleiben im Ausbildungsbetrieb am größten.

• **Arbeiten Sie mit den Schulen und Sportvereinen Ihrer Region zusammen:**

Nehmen Sie Kontakt zu den Lehrern auf und versuchen Sie, deren Bild von der Baubranche zu verbessern. Stellen Sie den Lehrern die Anforderungen an einen geeigneten Bewerber dar und machen Sie so Werbung für Ihren Betrieb. Fragen Sie, ob es möglich ist, im Rahmen der Schulstunden, die für Berufsorientierung vorgesehen sind, oder auf einem Elternabend über die Bauberufe, die Ausbildung, die Aufstiegsmöglichkeiten und Ihren Betrieb zu berichten. Nehmen Sie zu diesem Vor-Ort-Termin Ihre Auszubildenden und Ihren Ausbilder mit und lassen Sie sie selbst berichten („Azubis erklären ihren Arbeitgeber“). Auch Bewerbungstipps vom Unternehmer, Ausbilder oder dem Personalverantwortlichen eignen sich als Thema für eine Schulstunde. Auf diese Weise lernen die Schüler gleich den richtigen Ansprechpartner für eine Bewerbung kennen. Ähnliche Termine lohnen sich auch in den Schulen der Kinder Ihrer Mitarbeiter („Eltern erklären ihren Beruf“). Laden Sie die Schüler zu einer Baustellenbesichtigung ein.

Die Teilnahme an Schulfesten dient vor allem der Repräsentation des Unternehmens: Auch hier können Sie Eindruck machen, wenn Sie mit „großem Gerät“ vorgehen und Besucher (in sicherer Umgebung) ins Baggerfahren einweisen. Die Einrichtung einer „lebenden Werkstatt“ auf dem Schulfest wird viele Zuschauer anziehen. Zugleich bieten sich Praxisaufgaben in der Werkstatt dafür an, ähnlich einem „Kurztest“ für eine bauhandwerkliche Ausbildung geeignete Jugendliche zu identifizieren, um sie und ihre Eltern dann gezielt mit Informationen über die Ausbildung im eigenen Betrieb zu versorgen.

Im Idealfall können Sie die gute Zusammenarbeit mit der Oberschule vor Ort durch eine Schulpatenschaft besiegeln: Sie bieten Praktikumsplätze an und stellen regelmäßig Ihr Unternehmen vor, dafür singt der Schulchor bei Ihrem nächsten Firmenjubiläum.

• **Sprechen Sie gezielt Ihre Mitarbeiter und Auszubildenden, aber auch Ihre Kunden an.**

Möglicherweise interessieren sich die eigenen Kinder, Verwandte oder Freunde für eine Ausbildung in der Baubranche. Fragen Sie, wie Sie als Unternehmer die Entscheidung über den künftigen Ausbildungsplatz ggf. positiv unterstützen können. Bitten Sie sie, die Suche nach geeigneten Auszubildenden aktiv zu unterstützen und für Sie Werbung zu machen. Sie können auch eine Prämie für erfolgreich geworbene Auszubildende ausloben.

• **Denken Sie darüber nach, ob sich eine Kooperation mit Unternehmen anderer Gewerke aus der Region lohnt:**

Ein Unternehmen, das Maurer-Azubis sucht, kann zusammen mit einem, das Maler-Azubis sucht und einem, das Elektriker-Azubis benötigt, deutlich mehr Aufmerksamkeit auf einer Schulveranstaltung auf sich ziehen als alleine. Auch die finanziellen Mittel für ein wirksames Ausbildungsmarketing reichen dann weiter.

Grundsätzlich gilt:

Verbreiten Sie Ihre „Bewerbung“ als Ausbildungsbetrieb, aber auch Ihre Einladungen zum Tag der offenen Baustelle oder zum Betriebspraktikum, auf Medien, die von Jugendlichen genutzt werden – und das ist vor allem das Internet. Denn Jugendliche holen sich 80 % ihrer Informationen aus dem Internet.

• Erstellen Sie eine **Facebook-Seite**, die idealerweise (unter Ihrer Aufsicht) von einem Ihrer eigenen Auszubildenden betreut wird, auf der Sie Aktuelles aus dem Unternehmen posten, neue Projekte, Bilder und Berichte von Baustellen und Festen, Kommentare Ihrer Mitarbeiter aus dem Baustellenalltag, Kurzberichte Ihrer Auszubildenden oder Betriebspraktikanten zu aktuellen Erfolgen in Schule und Beruf, offene Stellen, Einladungen zu Firmenveranstaltungen etc.

• Schaffen Sie sich eine **moderne Homepage** mit einem professionell gestalteten und aussagekräftigen Karriereteil an: Was bietet das Unternehmen? Welche Informationen sollte die Bewerbung vermitteln? Ansprechpartner im Betrieb? Was erwartet den Bewerber? Bewerbungsverfahren erklären; Bewerbung per E-Mail statt Bewerbungsmappe per Post, möglichst sogar elektronische Bewerbung direkt auf der Website anbieten. Verlinken Sie Ihre Karriere-Website mit der Ausbildungs-Website der Bauwirtschaft (www.bauberufe.net) und ggf. mit einschlägigen Jobportalen (monster etc.). Bauen Sie Statements ihrer Mitarbeiter ein.

• Nehmen Sie an **Ausbildungsmessen** teil: Dort informieren die verschiedenen Aussteller zu Fragen der Berufsfindung, der Aus- und Weiterbildung, präsentieren ihre Unternehmen und werben um Auszubildende. Die passende Messe in Ihrer Region finden Sie z.B. unter www.messen.de.

• Erstellen Sie für eigene oder schulische Veranstaltungen sowie für Messen attraktives und aussagekräftiges **Informationsmaterial**. Möglicherweise lohnt es sich auch, ein Video oder Film zu drehen, auf YouTube einzustellen und mit Ihrer Homepage zu verlinken.

• Nutzen Sie das Angebot Ihres **Verbandes** an Info- und Werbematerialien für Schüler. Verlinken Sie auf die Verbandsseiten: www.facebook.com/Baugewerbe bzw. www.youtube.com/baukanal.

- Schreiben Sie Artikel oder inserieren Sie in **Schüler- oder Studentenzeitungen**.

Nutzen Sie darüber hinaus die klassischen Wege der Personalsuche:

Melden Sie Ihre Ausbildungsplätze bei der Bundesagentur für Arbeit, auf Onlineportalen von Handwerkskammern und Verbänden und verlinken Sie von dort auf Ihre Homepage. Handwerkskammern und Verbände haben ihre Lehrstellenbörsen für die Nutzung auf dem Smartphone optimiert, um Jugendliche bei der Suche nach einem Ausbildungsplatz zu unterstützen.

Inserieren Sie in Regionalzeitungen.

Betreiben Sie kontinuierlich Pressearbeit. Veröffentlichen Sie Artikel über eine interessante Baustelle, neue technische Verfahren, das neue Ausbildungsjahr in Ihrem Betrieb oder ein Firmenjubiläum. Nebenbei erwähnen Sie, dass Sie Nachwuchskräfte ausbilden und dass Sie noch engagierte Auszubildende suchen.

Und wenn Sie meinen, dass das alles viel zu viel Zeit kostet, dann vergleichen Sie einmal, wieviel Zeit Sie für die Auswahl eines Baggers aufwenden und wieviel Zeit für die Suche nach einem neuen Auszubildenden. Wenn Sie ein Ungleichgewicht zugunsten des Baggers feststellen, dann sollten Sie Ihre Strategie überdenken!

3. Alle Potenziale ausschöpfen!

Die Ausbildungsplatzbewerber „stehen nicht mehr Schlange“ vor Ihrem Unternehmen. Ein vielversprechender Lösungsansatz kann es sein, wenn Sie den Kreis derer, die Sie für eine Ausbildung in Betracht ziehen, größer fassen:

Auch **Schulabgänger mit schlechteren Noten** können – bei vorhandenem handwerklichem Geschick – zu guten Facharbeitern qualifiziert werden. Projekte wie „Berufstart Bau“, ein Gemeinschaftsprojekt von ZDB, HDB und IG Bau, fördern die Einstiegsqualifizierung hin zur Ausbildungsreife (im Betrieb und überbetrieblich) finanziell durch Zuschüsse (siehe Kapitel IV.3.).

Ziehen Sie auch **Frauen** als Auszubildende in Betracht: Stuckateurinnen und Zimmererinnen beispielsweise stehen schon heute in vielen Bauunternehmen erfolgreich „ihren Mann“. Ein guter Anknüpfungspunkt ist ein Schnuppertag zum GirlsDay. Dieser findet jedes Jahr meistens im April statt.

Werben Sie um **Realschulabgänger**, die eigentlich gerne das Abitur machen würden (oder deren Eltern das wollen), denen Schule allein aber zu theoretisch ist und die deswegen lieber in die Berufswelt einsteigen und greifba-



Melanie Kübler bringt es direkt auf den Punkt: „Ich wünsche mir mehr Frauen am Bau.“ Noch ist sie eine der wenigen Frauen, die sich für eine Ausbildung als Maurerin entschieden haben, aber sie hat es bislang nicht bereut. Angefangen hat alles mit dem Hausbau ihrer Eltern vor einigen Jahren. „Es hat mich fasziniert, wie ein Haus entsteht und was alles berücksichtigt werden muss!“, erklärt die 20jährige aus der Nähe von Schramberg in Baden-Württemberg. „Das wollte ich genauer wissen!“

re Arbeitsergebnisse mit ihren Händen schaffen wollen. In einigen Bundesländern gibt es, z.B. im Berufskolleg, die Möglichkeit, parallel zur Berufsausbildung das Fachabitur zu absolvieren.

Ziehen Sie auch **Auszubildende aus dem Ausland** in Betracht: das können polnische oder tschechische, aber auch spanische, italienische oder griechische Auszubildende sein. In den Bauberufen gibt es bereits vielversprechende Vermittlungen in deutsche Ausbildungsbetriebe. Wenden Sie sich dazu an die ZAV (nähere Informationen unter www.zav.de und www.thejobofmylife.de/de/infos-fuer-unternehmen.html).

Klar ist, das Potenzial des Auszubildenden muss stimmen: Wenn Sprach- und Verständigungsprobleme nicht durch gut ausgeprägtes technisches Verständnis und handwerkliches Geschick aufgewogen werden, dann wird es sich nicht lohnen, diesen aufwendigen Versuch zu wagen. Denn als Ausbildungsbetrieb müssen Sie sich nicht nur um die Unterkunft Ihres ausländischen Auszubildenden kümmern, um Behördengänge und darum, dass er den Beruf und die deutsche Sprache lernt, sondern auch dafür Sorge tragen, dass er genauso gut wie Ihre übrigen Auszubildenden in den Betrieb integriert wird und in Deutschland „Fuß fasst“. Auf der anderen Seite ist so manch zugewanderter Auszubildender deutlich motivierter (oft auch technisch vorgebildeter) als sein deutscher Kollege, der gerade frisch von der Schule kommt.

Werben Sie an den **Universitäten** und machen Sie Ihr Unternehmen dort bekannt: Zum einen gilt es, mit Blick auf künftige Führungskräfte langfristige Beziehungen zu pflegen und für die angehenden Ingenieure und Kaufleute studentische Praktika anzubieten sowie die Möglichkeit, die Diplomarbeit in Ihrem Unternehmen zu schreiben. Zum anderen gibt es eine nicht geringe Quote von **Hochschulabbrechern**, die erst im Studium feststellen, dass ihnen die akademische Laufbahn nicht liegt. Eine

mögliche Alternative kann dann – bei entsprechender Eignung - im Angebot einer Berufsausbildung in Ihrem Betrieb (ggf. mit verkürzter Ausbildungsdauer) liegen mit anschließender Aufstiegsfortbildung.

Handreichung: Checkliste Auszubildender

Die ersten Schritte zum geeigneten Auszubildenden ist die Festlegung Ihrer Anforderungen. Bevor Sie die Unterlagen eines Bewerbers beurteilen oder in ein Bewerbungsgespräch gehen, sollten Sie sich folgende Frage stellen:

Welche Eigenschaften und Fähigkeiten sind mir bei meinem Auszubildenen besonders wichtig?

Mit Hilfe der folgenden Tabelle erstellen Sie Ihr persönliches Anforderungsprofil:

Anforderungsprofil		++	+	o	-	--
Geistige Anforderungen	Mathematisch-naturwissenschaftliches Verständnis					
	Kaufmännisches Verständnis					
	Technisches Verständnis					
	Räumliches Vorstellungsvermögen					
	Schnelle Auffassungsgabe					
	Rechtschreibung					
	Ausdrucksfähigkeit (schriftlich/mündlich)					
	Komplexes Denken					
	Sprache					
	...					
Körperliche Voraussetzungen	Körperliche Belastbarkeit					
	Beweglichkeit					
	Schwindelfreiheit					
	Fingerfertigkeit					
	Reaktionsschnelligkeit					
	„witterungsunempfindlich“					
	Körperkraft / Statur					
	Sehen (Farbschwäche)					
	Hören					
	...					
Sonstige Voraussetzungen	Verantwortungsbewußtsein					
	Teamfähigkeit					
	Höflichkeit					
	Umgangsformen					
	Gepflegtes Äußeres					
	EDV-Kenntnisse					
	Führerschein					
	Schulabschluss					
	...					

Erste Informationen können den Bewerbungsunterlagen und Zeugnissen entnommen und durch Tests in Erfahrung gebracht werden. Die Persönlichkeit und individuellen Eigenschaften des Bewerbers klären Sie durch offene Fragen im Vorstellungsgespräch und/oder Beobachtung im Praktikum.

III. Fachkräfte entwickeln und im Unternehmen halten

Jeder gute Mitarbeiter, den Sie nicht verlieren, sondern im Unternehmen halten und zum Leistungsträger entwickeln können, ist einer weniger, den Sie suchen müssen. Gleichzeitig ziehen TOP-Kräfte im Unternehmen weitere TOP-Kräfte an, die sich bei Ihnen bewerben, weil Sie ein TOP-Arbeitgeber sind.

Ziel muss es daher sein,

- Ausbildungsabbrüche und
- das Abwandern fertiger Gesellen zu vermeiden,
- die Fluktuation im Unternehmen generell gering zu halten und
- den frühzeitigen, gesundheitsbedingten Austritt älterer Mitarbeiter aus dem Erwerbsleben zu vermeiden.

Aber wie lässt sich das erreichen?

1. Während der Ausbildung: Ausbildungsabbrüche vermeiden

Ihre Auszubildenden erfordern Ihre Aufmerksamkeit mindestens im gleichen Maße wie alle anderen Mitarbeiter - das ergibt sich schon aus ihrem Alter.

- Planen Sie den ersten Ausbildungstag (und selbstverständlich auch den weiteren Verlauf der Ausbildung) und schaffen Sie von Anfang eine gemeinsame Gesprächsebene:

Besprechen Sie am ersten Tag Grundregeln im Umgang miteinander und Ihre Erwartungen an den Auszubildenden (Pünktlichkeit, Erscheinungsbild, Rauchen, Handynutzung etc.) und halten Sie diese zusammen schriftlich fest.

Informieren Sie über alle praktischen Details (Arbeitskleidung, PSA, Pausen, Mahlzeiten, Berichtsheft, Erstunterweisung, Jugendarbeitsschutzgesetz etc.).

Führen Sie den Neuling durch den Betrieb und stellen Sie ihn den Kollegen vor.

Bieten Sie an, jederzeit bei Problemen „ein offenes Ohr“ für Ihren Auszubildenden zu haben.

- Führen Sie (oder der Ausbilder) regelmäßige Ausbildungsgespräche: Besprechen Sie dabei nicht nur den aktuellen Leistungsstand in der Schule und im Betrieb, sondern fragen Sie auch nach persönlichen Problemen und sprechen Sie in Ruhe ungeklärte Differenzen im Betrieb an.

Vorwürfe helfen nicht: Erklären Sie Ihrem Auszubildenden sachlich und unmissverständlich, was Sie ge-

nau stört und wie er es besser machen kann. Hören Sie sich auch seine Version der Geschichte genau an und was er ganz allgemein über seine Ausbildungssituation zu sagen hat. Geben Sie Feedback und nehmen Sie welches entgegen.

Sich offen und konstruktiv über Probleme auseinanderzusetzen, ist eine Form der Wertschätzung eines Menschen. Auf keinen Fall sollten Sie daher Konflikte mit Auszubildenden als „unwichtig“ herabspielen oder ganz ignorieren. Ungeklärte Konflikte schaukeln sich ansonsten schnell zu einem ausgewachsenen Problem auf.

Beziehen Sie spätestens bei größeren Problemen die Eltern des Auszubildenden mit ein. Idealerweise halten Sie auch vorher schon regelmäßigen Kontakt zu den Eltern, indem Sie Informationsgespräche über den Betrieb, die Ausbildung und den aktuellen Leistungsstand anbieten.

- Führen Sie auch im Betrieb regelmäßig Lernerfolgskontrollen durch und bieten Sie Unterstützung für die Schule an, z.B. durch einen älteren Auszubildenden oder Gesellen. Stellen Sie freie Zeiten zur Vorbereitung von Klassenarbeiten und zur Übung handwerklicher Fertigkeiten (in der Werkstatt) zur Verfügung.

- Überlegen Sie, ob es organisatorisch machbar ist, dem Auszubildenden (neben dem Ausbilder) noch einen Mentor, einen fertigen Gesellen oder einen älteren Auszubildenden, zur Seite zu stellen, der einen besonderen „Draht“ zu ihm hat und seine Entwicklung persönlich unterstützt.

Das Mentoring kann durch die Weiterbildung des Mentors zum AZUBI-Trainer unterstützt werden. Der Kurs wird an einigen Ausbildungszentren angeboten und dauert vier Nachmittage. Der Azubitrainer entlastet durch seine fachliche Unterweisung auch den ausbildenden Meister, überwacht den Lernfortschritt



mit und kann ggf. das Unternehmen bei Schulveranstaltungen repräsentieren helfen.

- Geben Sie Anerkennung für gute Leistungen und vermitteln Sie Wertschätzung, Vertrauen und Sicherheit (sicherer Arbeitsplatz, Verständnis bei Problemen, Politik der offenen Tür, ...).
- Überlegen Sie, ob es Aufgabengebiete gibt, die Sie Ihren Auszubildenden zur eigenverantwortlichen Bearbeitung übertragen können.
- Gute Leistungen in Schule und Betrieb können vom Unternehmen mit der Übernahme von Kosten (z.B. Unterkunftskosten, Essenzuschüsse etc.) oder sogar mit Prämien honoriert werden.

Nicht zuletzt wird der Erfolg Ihres Auszubildenden von der Qualität der betrieblichen Ausbildung bestimmt: Vergewissern Sie sich in Gesprächen mit Ihrem Ausbilder, dem überbetrieblichen Ausbildungszentrum, den Berufsschullehrern und Ihrem Auszubildenden, dass Sie die richtigen Inhalte mit zeitgemäßen Methoden vermitteln, dass nicht nur der Auszubildende geeignet ist, sondern auch Ihr Ausbilder und dass das betriebliche „Lernklima“ stimmt.

Viele Jugendliche, die ihre Ausbildung abgebrochen haben, bemängeln, dass ihnen zu oft Routinearbeiten oder sogar ausbildungsfremde Tätigkeiten übertragen worden seien. Die Vermittlung der eigentlichen Ausbildungsinhalte sei dabei zu kurz gekommen.

Frühindikatoren für einen drohenden Ausbildungsabbruch sind:

- unentschuldigte Fehlzeiten
- Desinteresse und Lustlosigkeit
- häufige Krankmeldungen
- schlechte Leistungen in der Berufsschule.

Bei einem drohenden Ausbildungsabbruch haben Sie die Möglichkeit, die Beratungsstellen von Handwerkskammern oder Arbeitsagentur in Anspruch zu nehmen.

2. Übergang von der Ausbildung in den Job: fertige Gesellen im Betrieb halten

Wenn Sie Ihren Auszubildenden erfolgreich durch seine Ausbildungszeit geleitet haben und ihm seine Arbeit Spaß macht, sind bereits wichtige Voraussetzungen gegeben, damit er als Fachkraft später auch in Ihrem Unternehmen bleibt.

Im Übrigen gilt folgendes:

- Machen Sie Ihrem Noch-Auszubildenden ein **frühzeitiges Übernahmeangebot**: Menschlich betrachtet wechselt kaum jemand aus einem vertrauten Um-

feld, in dem er sich wohlfühlt und wo interessante Aufgaben auf ihn warten, in ein fremdes Unternehmen, in dem er weder die Anforderungen einschätzen kann, noch Chef und Kollegen kennt – auch nicht, wenn dort ein etwas höherer Lohn gezahlt wird. Grundsätzlich ist daher der Ausbildungsbetrieb immer im Vorteil, wenn es darum geht, dem fertigen Gesellen einen Arbeitsplatz anzubieten. Sichere Zukunftsaussichten sind ausschlaggebend! Wenn sich der junge Berufsanfänger, weil sich sein Ausbildungsbetrieb nicht entscheiden kann oder will, erst einmal auf dem Markt umgeschaut hat, ist die Versuchung groß, in einem anderen Unternehmen sein Glück zu suchen.

Die neuen tariflichen Regelungen zur Mitteilungspflicht sehen dies ohnehin vor: Danach muss der Betrieb dem Auszubildenden spätestens vier Monate vor dem ausbildungsvertraglichen Ende der Ausbildung schriftlich mitteilen, wenn er nicht unbefristet übernommen wird. Erfolgt diese Mitteilung nicht, hat der Auszubildende einen Rechtsanspruch auf Übernahme.

Bei einer guten Nachwuchskraft sollten Sie Ihr Übernahmeangebot allerdings deutlich früher geben, um auszuschließen, dass Ihr Schützling sich umorientiert.

- Vermitteln Sie, dass der Arbeitsplatz in Ihrem Unternehmen sicher ist.
- Überprüfen Sie Ihr „Arbeitgebersprechen“: Bieten Sie einen interessanten (oder sogar anspruchsvollen) Arbeitsplatz mit Entwicklungspotenzial, gutem Betriebsklima und angemessener Bezahlung, der darüber hinaus familienfreundlich und sicher ist? Sprechen Sie mit Ihrem Mitarbeiter über die Vorteile, die Ihr Unternehmen im Vergleich zur Konkurrenz zu bieten hat (siehe dazu auch Kapitel II.1. und III.3.).
- Wenn es um den Wechsel in ein großes Unternehmen oder die Industrie geht: Vermitteln Sie die Vorteile kleiner und familiengeführter Unternehmen („Geborgenheit der Firmenfamilie“, selbstständiges Arbeiten, schnelle Entscheidungen, flache Hierarchien, schneller Aufstieg etc.) und die Besonderheiten von Handwerksunternehmen (sinnstiftende Tätigkeit, vorzeigbare und dauerhafte Arbeitsergebnisse, Nutzung von Erfahrungswissen, kundenindividuelle Lösungen vor Ort, persönliche Beziehungen etc.).
- Die erfolgreiche Teilnahme an Leistungswettbewerben zeigt nicht nur der Branche und potenziellen Bewerbern, sondern auch Ihren eigenen Leuten, wie gut Ausbildung und Entwicklungsmöglichkeiten im eigenen Betrieb sind. Unterstützen Sie Ihre Talente bei der Teilnahme an Leistungswettbewerben.

3. Fachkräfte im Unternehmen halten

Die Vorgehensweise bei der Suche nach Facharbeitern oder Führungskräften ist grundsätzlich die gleiche wie bei Auszubildenden (siehe Kapitel II.):

- Langfristige Beziehungen aufbauen (Betriebspraktika, Tag der offenen Baustelle, Kooperation mit Schulen und Universitäten, duales Studium anbieten etc.),
- das **gesamte Bewerberpotenzial** in Betracht ziehen: Fachkräfte aus dem Ausland, Frauen, Quereinsteiger, ältere Mitarbeiter etc.,
- für die Zielgruppe geeignete **Medien** bei der Personalsuche nutzen (auch bauspezifische Online-Portale, Verbandsbroschüren etc.) und
- glaubwürdige „Bewerbung“** des Unternehmens mit denjenigen betrieblichen Stärken, die für die Zielgruppe „Fach- und Führungskräfte“ relevant sind und die die Konkurrenz nicht bietet.

Sobald Sie leistungsstarke Fachkräfte gefunden haben, ist es Ihre Aufgabe als Unternehmer, dafür zu sorgen, dass Ihre Talente gerne im Betrieb arbeiten, damit Sie sie nach und nach zu einer wertvollen Stütze Ihres Geschäfts aufbauen können.

Wie kann das gelingen?

In folgenden fünf Bereichen können Sie die Voraussetzungen dafür schaffen, dass Ihre wichtigsten Mitarbeiter dem Unternehmen möglichst lange erhalten bleiben:

- Monetäre Anreize
- Arbeitsbedingungen und Perspektiven
- Betriebsklima und Mitarbeitergespräche
- Arbeitszeit
- Gesundheit

3.1 Monetäre Anreize

Die Tatsache, dass in anderen Unternehmen höhere **Löhne** gezahlt werden, ist üblicherweise nicht der ausschlaggebende Grund, dass ein junger Facharbeiter in der Baubranche seinen Arbeitgeber verlässt.

Zahlen Sie einen angemessenen Lohn, wenn Sie Ihre Fachkraft halten wollen, aber nutzen Sie auch andere Vergütungsbestandteile.

Immer wieder heben junge Fachkräfte hervor, dass ihnen die Sicherung ihrer Altersversorgung ein wichtiges Anliegen ist. **Betriebliche Altersversorgung** kann bis zu einer bestimmten Höhe steuer- und sozialversicherungsfrei angespart werden, was auch die Kosten beim Arbeitgeber reduziert. Innerhalb der steuerlichen Grenzen steht es dem Arbeitgeber frei, mehr als die tarifliche Zuzahlung zur Altersversorgung zu leisten und damit ein Zeichen seiner besonderen Fürsorge zu setzen.

Jeder engagierte Mitarbeiter freut sich über die Anerkennung seiner Leistung durch eine **Prämie** für ein mit Gewinn abgeschlossenes Projekt.

Im Übrigen schätzen Mitarbeiter oft auch die „**kleinen Gesten**“:

- Ausnutzen der Freigrenzen für Sachbezüge (aktuell 44 € mtl., z.B. Fahrkarten)
- pauschalversteuerter Ersatz der Fahrtkosten zwischen Wohnung und Arbeitsstätte
- Zuschuss zum KITA-Beitrag (steuer- und sozialversicherungsfrei)
- Nutzung von Firmenwagen
- Überlassung von Smartphones oder Computern zur privaten Nutzung
- freie Getränke im Büro und auf der Baustelle
- Arbeitgeberleistungen zur Gesundheitsförderung (steuer- und sozialversicherungsfrei).

Zu den steuerlichen Rahmenbedingungen für solche Zusatzleistungen fragen Sie Ihren Verband oder Ihren Steuerberater.

3.2 Arbeitsbedingungen und Perspektiven

Für die meisten jungen Baufachkräfte war der ausschlaggebende Grund für eine Ausbildung in der Baubranche der „Spaß am Bauberuf“. Der bleibt ihnen erhalten, wenn Sie die individuellen Fähigkeiten und Interessen der jungen Gesellen fördern und ihnen Perspektiven bieten.

Leistungsstarke Fachkräfte schätzen am Bauberuf insbesondere das selbstbestimmte Arbeiten. Versuchen Sie, soweit es die Fähigkeiten des Mitarbeiters zulassen, Verantwortung zu übertragen, z.B. für einen bestimmten Aufgabenbereich oder einen Kunden. Bei jungen Gesellen ist darauf zu achten, dass sie bei Bedarf von einem erfahrenen Mitarbeiter fachlich unterstützt werden. Mancher Berufsanfänger fühlt sich überfordert, wenn er mit technischen Problemen oder einem unzufriedenen Kunden alleine gelassen wird.

Setzen Sie insbesondere Ihre jungen Fachkräfte in verschiedenartigen Projekten ein: Der Abwechslungsreichtum des Bauberufs ist für viele ein wichtiges Argument. Im Idealfall findet sich ein Einsatzbereich, in dem der Mitarbeiter besonders herausragende Leistungen zeigt, in dem er sich entfalten kann und in dem er sich wohlfühlt.

Bieten Sie je nach Begabung und Einsatzgebiet gezielt Weiterbildungsmöglichkeiten an. Wichtig: Die zusätzlichen Fertigkeiten sollte der Mitarbeiter anschließend im Unternehmen einsetzen können. Dazu ist es

Aufstiegsfortbildung in der Bauwirtschaft
Karriere mit System

Geprüfter Polier
▲
Werkpolier
▲
Vorarbeiter

DEUTSCHE BAUHOCHSCHULE
ZENTRALVERBAND DEUTSCHER BAUFACHKRÄFTE

notwendig, dass Sie Weiterbildungs- und Karriere-möglichkeiten mit den Mitarbeitern planen und abstimmen.

Bei höheren Weiterbildungskosten lohnt sich möglicherweise der Abschluss einer Fortbildungsvereinbarung: Sie stellt sicher, dass der Mitarbeiter lange genug im Unternehmen bleibt, um die Investition in seine Weiterbildung zu rechtfertigen.

Die sogenannte Aufstiegsfortbildung vom Vorarbeiter zum Werkpolier und weiter zum Geprüften Polier umfasst besonders wertvolle Fortbildungsmaßnahmen, mit denen Sie Ihren Facharbeiter dazu befähigen, als Führungskraft auf der Baustelle zu arbeiten (www.weiterbildung-bauwirtschaft.de). Indem Sie leistungsstarken Mitarbeitern eine derart intensive Talentförderung zuteil werden lassen, zeigen Sie gleichzeitig auch Auszubildenden und allen Kollegen, welche Karrierewege in Ihrem Unternehmen möglich sind.

Setzen Sie sich und Ihren Mitarbeitern Ziele, auf die Sie kontinuierlich hinarbeiten. Achten Sie auf realistische Teilziele und feiern Sie auch die Erfolge (siehe Abschnitt „Mitarbeitergespräche“ Kapitel III.3.3).

Neben der Übertragung anspruchsvoller Aufgaben können Sie Ihren Leistungsträgern Ihre besondere Wertschätzung zeigen, indem Sie sie an betrieblichen Entscheidungen beteiligen:

- Bitten Sie sie um Unterstützung bei der Auswahl neuer Mitarbeiter,
- fragen Sie sie gezielt nach Ihrer Einschätzung der Bauabläufe, nach Verbesserungsmöglichkeiten oder innovativen Ideen oder
- beziehen Sie sie in die Diskussion um die Unternehmensziele oder das Leitbild mit ein.

Auf diese Weise bringen Sie Fachkräfte dazu, unternehmerisch zu denken.

Achten Sie auf das äußere Erscheinungsbild Ihres Unternehmens – Ihre Mitarbeiter sollen mit Stolz sagen können, dass Sie bei Ihnen arbeiten: Sorgen Sie für eine gepflegte und moderne Betriebseinrichtung, einen sauberen Fuhrpark und unterstützen Sie den positiven Auftritt Ihrer Mitarbeiter mit einer einheitlichen und freundlichen Arbeitskleidung.

Wenn Sie die Arbeitsbedingungen für Ihre **älteren Mitarbeiter** verbessern und Perspektiven bieten wollen, damit Ihre Mitarbeiter dem Unternehmen möglichst lange erhalten bleiben, dann liegt der Schwerpunkt auf dem Erhalt der Beschäftigungsfähigkeit:

Bieten Sie verkürzte Arbeitszeiten an und versuchen Sie, die körperliche Belastung zu reduzieren, z.B. durch Hilfsmittel, durch Einsatz von Technik und durch die Zusammenstellung altersgemischter

Teams. Altersgemischte Teams haben zwei wichtige Nebeneffekte: Die jüngeren Mitarbeiter haben einen erfahrenen Kollegen, der sein Know-How an sie weitergibt. Somit ist der Wissenstransfer an die nächste Generation gesichert - bei gleichzeitiger Entlastung des Älteren. Daneben helfen gemischte Teams, das Betriebsklima zu verbessern.

Auch der Wechsel zwischen verschiedenen Arbeitsplätzen reduziert die körperliche Belastung Älterer und verbreitert gleichzeitig das Wissen als Basis für künftige Einsatzmöglichkeiten.

Sorgen Sie für die gezielte und systematische Weiterbildung älterer Kollegen, um alternative Einsatzmöglichkeiten im Unternehmen rechtzeitig vorzubereiten. Sicher können Sie nicht jeden älteren Kollegen als Ausbilder, Lageristen oder in der Akquisition einsetzen; aber wenn sich beide Seiten frühzeitig und intensiv mit dem Problem auseinandersetzen, lässt sich manchmal doch eine Lösung finden („Lebensphasenorientierte Personalentwicklung“).

3.3 Betriebsklima und Mitarbeitergespräche

Der am häufigsten genannte Grund, warum Mitarbeiter ihren Job wechseln, ist das Verhältnis zum unmittelbaren Vorgesetzten. Umgekehrt formuliert:

Ein Unternehmen, das sich

- um ein gutes Betriebsklima
- um eine offene Kommunikation und
- um eine kompetente Mitarbeiterführung kümmert, optimiert seine Chancen, seine Leistungsträger trotz Fachkräftemangels und „Wettbewerbs um die besten Köpfe“ im Unternehmen zu halten.



Viele Mitarbeiter kleinerer handwerklich geprägter Unternehmen sprechen von der „Geborgenheit in der Firmenfamilie“, wenn sie beschreiben sollen, warum sie ausgerechnet in diesem einen Unternehmen so gerne arbeiten. Das gute Verhältnis zu Chef und Kollegen ist darüber hinaus ein Kriterium, das der wechselwillige Mitarbeiter beim künftigen Arbeitgeber schlecht einschätzen kann. Der höhere Lohn, den ein neuer Arbeitgeber anbietet, reicht als Grund letztendlich aber oft nicht aus, um die „vertraute Firmenfamilie“ zu verlassen.

Pflegen Sie Ihre Unternehmenskultur ergänzend zu den materiellen Anreizen, die Sie setzen.

Flache Hierarchien in kleinen und mittelständischen Bauunternehmen bieten optimale Voraussetzungen für eine offene Kommunikation und persönlich wertschätzende Zusammenarbeit.

Verbessern Sie diese Voraussetzungen, indem Sie den Informationsfluss pflegen: Leistungsstarke und motivierte Mitarbeiter verlieren auf Dauer die Lust an ihrer Arbeit, wenn sie nicht ausreichend informiert werden. Geben Sie auch Hintergrundinformationen zum Gesamtauftrag, über erwartete Probleme (z.B. unauskömmlicher Angebotspreis), den Kunden und seine Befindlichkeiten, über Vorgänge im eigenen Unternehmen, Ihre Planung, erreichte Ergebnisse und wirtschaftliche Kennzahlen. Nur wenn Sie Ihre Mitarbeiter gut und umfassend informieren, können diese mitdenken und in Ihrem Sinne handeln. Gleichzeitig werden Sie feststellen, dass bei vertrauensvoller Zusammenarbeit deutlich mehr wichtige Informationen von Ihren Mitarbeitern zurück an Sie fließen. Nutzen Sie auch regelmäßige Teambesprechungen für einen umfassenden Informationsaustausch.

Loben Sie Ihre Mitarbeiter für gute Leistungen im konkreten Fall und geben Sie auch Kundenlob weiter.

Halten Sie Ihre Führungskräfte dazu an, regelmäßig – etwa einmal im Jahr - Mitarbeitergespräche zu führen; bei Auszubildenden, jungen Fachkräften und neuen Mitarbeitern auch zweimal jährlich, bei langjährigen Mitarbeitern (nach Rücksprache mit diesen) eher seltener.

Persönliche Wertschätzung und Anerkennung gehören zu den wichtigsten Antriebsfedern engagierter Arbeitskräfte und stärken das Zugehörigkeitsgefühl. Im betrieblichen Alltag bleibt dafür oft nicht genug Zeit. Im Idealfall geben Sie in einem solchen Gespräch nicht nur Feedback, sondern nehmen als Führungskraft auch welches entgegen:

In einem von beiden Seiten vorbereiteten Gespräch „unter vier Augen“ (Dauer: maximal zwei Stunden) lassen Chef und Mitarbeiter zunächst die vergangenen Monate Revue passieren. Anschließend werden Ziele und Maßnahmen den individuellen Bedürfnissen des Mitarbeiters und des Unternehmens entsprechend vereinbart und die weitere Karriere des Mitarbeiters geplant.

Neben beruflichen Themen gehören für viele Chefs zu einem solchen Jahresgespräch ganz selbstverständlich auch Fragen nach dem privaten Umfeld des Mitarbeiters. Manchmal wird an dieser Stelle klar, worauf sich die Leistungsdefizite eines Mitarbeiters zurückführen lassen.

Halten Sie vereinbarte Ziele und Maßnahmen nach.

Stärken Sie Ihre eigene Personal- und Führungskompetenz bzw. die Ihrer Führungskräfte durch entsprechende Weiterbildungen oder Coaching.

Nutzen Sie die positive Wirkung von gemeinsamen Schulungen und Firmenevents auf das Betriebsklima.

3.4 Arbeitszeit

Arbeitgeber, die eine gewisse Flexibilität bei den Arbeitszeiten beweisen, erleichtern es ihren Mitarbeitern, Arbeit und Familie in Einklang zu bringen, und motivieren sie damit, im Job „Ihr Bestes“ zu geben.

Berücksichtigen Sie bei der Einsatzplanung (Einsatzort und -zeit, Anzahl der Überstunden) die Wegezeiten und familiäre Verpflichtungen Ihrer Mitarbeiter: Zu lange Abwesenheitszeiten von zu Hause können innerfamiliär zu Konflikten führen, was sich letztendlich auch auf die Leistungsfähigkeit Ihres Mitarbeiters negativ auswirken kann.

Richten Sie Arbeitszeitkonten ein.

Bieten Sie gleitende Arbeitszeit an und zeigen Sie Flexibilität bei zeitlichen Sonderbedürfnissen.

3.5 Gesundheit

Damit Ihre Mitarbeiter möglichst lange gesund und unfallfrei bleiben und nicht frühzeitig (mit Abschlagen) in Rente gehen müssen, können Sie einiges tun:

Versuchen Sie, auch bei Ihren Berufsanfängern von Anfang an ein Bewusstsein für die eigene Gesundheit zu schaffen.

Achten Sie auf angewandten Gesundheits- und Arbeitsschutz und planen sie die Arbeitsplatzgestaltung. Präventionsmaßnahmen können nur dann effektiv vor Beeinträchtigungen schützen, wenn sie umgesetzt werden.

Schulen Sie Ihre Mitarbeiter regelmäßig zu den Unfallverhütungsvorschriften und achten Sie auf Einhaltung der Arbeitsschutzmaßnahmen.

Nutzen Sie die Angebote der Berufsgenossenschaft und des Arbeitsmedizinischen Dienstes.

Seien Sie selbst ein Vorbild!



IV. Unterstützung bei der Ausbildung durch die Branche

1. Ausbildungskosten

Die mit der Berufsausbildung in der Bauwirtschaft verbundenen Kosten werden solidarisch von allen Unternehmen, die unter den betrieblichen Geltungsbereich der Sozialkassentarifverträge fallen, getragen. Dabei zahlen alle Betriebe - und somit auch Sie - einen bestimmten Prozentsatz (ab 2014: 1,9 %) ihrer Bruttolohnsumme an die Sozialkassen der Bauwirtschaft (SOKA-BAU) als Beitrag für die Berufsbildung.

Wenn Sie ausbilden, werden Ihnen im tariflichen Umfang ein Teil der gezahlten Ausbildungsvergütungen sowie die Kosten einer überbetrieblichen Ausbildung erstattet. Dabei erfolgt die Erstattung der Ausbildungsvergütungen direkt an Sie:

- im 1. Ausbildungsjahr für 10 Monate
- im 2. Ausbildungsjahr für 6 Monate
- im 3. Ausbildungsjahr für 1 Monat.

Die Erstattung der überbetrieblichen Ausbildungskosten erfolgt direkt an die überbetriebliche Ausbildungsstätte. Die Erstattungsleistungen direkt an den Betrieb belaufen sich bei den gewerblichen Auszubildenden zurzeit auf ca. 17.000,00 € bei einer dreijährigen Ausbildungsdauer.

Bei Ihnen bleiben danach zunächst rund 32.000,00 € an Ausbildungskosten. Stellt man dieser Summe jetzt aber die Leistungen gegenüber, die ein Auszubildender im 1., 2. und 3. Lehrjahr erbringt, bleibt Ihnen unterm Strich ein Gewinn.

Ausbilden lohnt sich für Sie also auch finanziell!

Duales Studium

Wenn Sie in der Zielgruppe der Studieninteressierten mit Abitur oder Fachhochschulreife ohne Berufserfahrung ihren qualifizierten Nachwuchs für Führungsaufgaben suchen und die Ausbildungsanforderungen Ihres Betriebes einerseits sowie die Ausbildungswünsche der jungen Menschen andererseits in Übereinstimmung bringen können, werden Sie im Wettbewerb um die besten Köpfe die Nase vorn haben.

Schulabgänger mit Fachhochschul- bzw. Hochschulreife haben in der Bauwirtschaft die Möglichkeit, Berufsausbildung und Studium im Rahmen von „dualen Studiengängen“ zu verbinden und Ausbildung/Studium mit einem Gesellenbrief in dem erlernten Beruf und einem akademischen Grad abzuschließen, d.h., in kurzer Zeit können zwei vollwertige Abschlüsse erworben werden.

Die Urlaubs- und Lohnausgleichskasse der Bauwirtschaft (ULAK) erstattet dabei einen großen Teil der Ausbildungskosten.

Eine Erstattung der betrieblichen und der überbetrieblichen Ausbildungskosten durch die ULAK erfolgt danach – wie in einem „normalen“ Ausbildungsverhältnis – unter den folgenden Voraussetzungen:

- Ausbildung in einem staatlich anerkannten Ausbildungsberuf nach der jeweiligen Ausbildungsordnung.
- Eintragung des Ausbildungsvertrages in die sogenannte Lehrlingsrolle (Verzeichnis der Berufsausbildungsverhältnisse bei den Handwerkskammern).
- Zahlung einer angemessenen Ausbildungsvergütung.

Die vereinbarte Ausbildungsvergütung wird dann nicht mehr als angemessen angesehen, wenn sie die in den Lohn- und Gehaltstarifverträgen für das Baugewerbe geregelten tariflichen Ausbildungsvergütungen um mehr als 20 % unterschreitet.

- Einhaltung der tariflichen Urlaubsregelung.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass Urlaub nur für die Phasen der betrieblichen und überbetrieblichen Ausbildung, aber nicht für die Phasen des Studiums gewährt werden muss.

- Vertragliche Ausbildungsdauer (betriebliche und überbetriebliche Ausbildung) von mindestens 95 Wochen.

Hinweis: Die ULAK führt eine Übersicht über die von ihr geförderten Ausbildungsverhältnisse in dualen Studiengängen. Sie sollten vor Abschluss eines Ausbildungsvertrages im Rahmen von dualen Studiengängen bei der ULAK nachfragen, ob der jeweilige Studiengang in Hinblick auf die genannten tariflichen Erstattungsvoraussetzungen anerkannt worden ist.

2. Unterstützung durch den Verband

Ihre Innung bzw. Ihr Verband unterstützt Sie zunächst einmal in allen arbeitsrechtlichen Fragen. Darüber hinaus bieten viele Ausbildungszentren an, Ihnen bei der Vorauswahl von infrage kommenden Lehrlingen behilflich zu sein; sei es, dass sie sog. Assessment Center durchführen, sei es, dass sie die jungen Menschen durch Praktika hinsichtlich ihrer handwerklichen Fähigkeiten und ihrer Persönlichkeit kennen und einschätzen lernen; sei es aber auch, indem sie sog. Sommer-Camps durchführen, und damit Jugendliche an die Bauberufe heranführen. Sprechen Sie das für Sie zuständige Ausbildungszentrum in Ihrer Region an.

Darüber hinaus leisten die Innungen und Verbände übergeordnete Nachwuchswerbung durch

- zentrale Internetplattformen wie z.B. www.bauberufe.net
- zentrale Präsenz bei Facebook, Youtube und Co. www.facebook.com/baugewerbe
www.youtube.com/baukanal
- zentrale Werbemittel wie z.B. Flyer zu den einzelnen Bauberufen, Plakate, Info-Wände und sog. Roll ups, die Sie – auch in geringer Stückzahl – erwerben bzw. ausleihen können
- zentrale Aktivitäten in Richtung Schulen und Lehrer.

3. Fördermöglichkeiten

Berufsvorbereitungsmaßnahmen - Qualifizierungsmaßnahmen vor der Ausbildung

Berufsvorbereitungsmaßnahmen haben einen ausbildungsvorbereitenden Charakter und richten sich vorrangig an Jugendliche, die noch nicht in vollem Umfang für eine Ausbildung geeignet, lernbeeinträchtigt oder sozial benachteiligt sind.

Ziel ist es, Jugendliche nachhaltig in den Ausbildungs- und Arbeitsmarkt zu integrieren.

Zu den Maßnahmen zählen u. a.:

- die berufsvorbereitenden Bildungsmaßnahmen (BvB)
- das Berufsvorbereitungsjahr (BVJ)
- das Berufsgrundbildungsjahr (BGJ)
- die Einstiegsqualifizierung (EQ).

Bei diesen Berufsvorbereitungsmaßnahmen spielen Sie als Betrieb eine wesentliche Rolle. Alle Maßnahmen enthalten ein Betriebspraktikum, das Ihnen die Möglichkeit bietet, den jungen Menschen im Arbeitsprozess zu beobachten und Einfluss auf seine Berufswahl und seine Entwicklung zu nehmen.

Nutzen Sie bewusst diese Chancen!

Berufsvorbereitende Bildungsmaßnahmen (BvB)

Die BvB setzen bei der gezielten Berufsorientierung junger Menschen unter 25 Jahren, ihrer fachlichen und persönlichen Förderung sowie ihrer nachhaltigen beruflichen Ersteingliederung an. Jugendliche erhalten im Rahmen einer individuellen Eignungsanalyse die Möglichkeit, sich zunächst in der Vielzahl möglicher Berufe zu orientieren und dann eine ganz persönliche Berufswahlentscheidung zu treffen. In Kooperation mit Bildungsträgern, die zur praktischen Qualifizierung unterschiedliche Berufsfelder anbieten, werden die Jugendlichen gefördert.

Neben fachlichem Know-how stehen Persönlichkeitsbildung, berufliche Grundfertigkeiten, betriebliche Qualifi-

zierung, Grundlagenqualifizierung in IT- und Medienkompetenz, Sprachförderung und Bewerbungstraining auf dem Programm.

BvB werden von der Bundesagentur für Arbeit finanziert. Ansprechpartner für Sie sind die Bildungszentren. Die maximale Förderdauer der Maßnahmen liegt in der Regel bei bis zu zehn Monaten.

Berufsvorbereitungsjahr (BVJ)

Das BVJ wird durch Schulgesetze und Lehrpläne der Länder geregelt, von den anbietenden Bundesländern finanziert und an berufsbildenden Schulen angeboten.

Es hat die Aufgabe, Schülerinnen und Schüler auf den Eintritt in eine Berufsausbildung oder in ein Arbeitsverhältnis vorzubereiten. Das BVJ soll den Erwerb eines dem Hauptschulabschluss gleichwertigen Bildungsabschlusses (Qualifikation der Berufsreife) ermöglichen. Im Mittelpunkt stehen dabei die ganzheitliche Entwicklung der Persönlichkeit und die bestmögliche Qualifizierung für die Lebenssituation innerhalb und außerhalb von Arbeit und Beruf.

Das BVJ bietet Gelegenheiten, unterstützt durch Betriebspraktika eigene Fähigkeiten und Berufschancen zu erkennen, Arbeitserfahrungen zu machen, Informationen über den Arbeitsmarkt und die Organisation der Arbeit zu erhalten. Es ist ein vorbereitendes Jahr und kann nicht als erstes Ausbildungsjahr angerechnet werden.

Berufsgrundbildungsjahr (BGJ)

Das BGJ gibt es in Bayern, Bremen, Hessen, Nordrhein-Westfalen, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein und im Saarland. Es richtet sich an Jugendliche, die bereits einen Hauptschulabschluss haben. Das BGJ wird in Vollzeitform an berufsbildenden Schulen durchgeführt und soll den Schülern grundlegende Qualifikationen in einem Berufsfeld vermitteln. Zudem kann es helfen, Berufsentscheidungen zu überprüfen. Der Unterricht wird auf der Grundlage der für dieses Berufsfeld geltenden Rahmenlehrpläne erteilt.

Das BGJ kann auf eine spätere Ausbildung angerechnet werden, wenn Betrieb und Auszubildender es so vereinbaren. Praktikumsphasen gehören obligatorisch zum BGJ.

Einstiegsqualifizierung (EQ)

Sie können junge Menschen im Rahmen einer EQ an eine Ausbildung in Ihrem Betrieb heranzuführen. Falls Sie noch nicht oder längere Zeit nicht mehr ausgebildet haben, ermöglicht ihnen die EQ einen (Wieder-) Einstieg in die betriebliche Ausbildung.

Zielgruppen für EQ-Maßnahmen sind Ausbildungsbewerberinnen und -bewerber, die bis zum 30. September eines Jahres keine Ausbildungsstelle finden konnten, sowie junge Menschen, die aktuell noch nicht in vollem Umfang

für eine Ausbildung geeignet oder lernbeeinträchtigt und sozial benachteiligt sind. Sie können diesen jungen Menschen Gelegenheit geben, berufliche Handlungsfähigkeit zu erlangen bzw. zu vertiefen. Gleichzeitig bietet Ihnen eine EQ die Möglichkeit, den jungen Menschen nicht nur in einem kurzen Bewerbungsgespräch kennenzulernen, sondern seine Fähigkeiten und Fertigkeiten über einen Zeitraum von sechs bis zwölf Monaten im täglichen Arbeitsprozess beobachten zu können. Der vergleichsweise lange Zeitraum erlaubt es Ihnen, die Leistungsfähigkeit besser einzuschätzen.

Eckpunkte der Einstiegsqualifizierung (EQ):

- mindestens 70 % Betriebspraktikum
- 30 % überbetriebliche Qualifizierung möglich
- Grundlage: bauspezifische Qualifizierungsbausteine
- Erreichung der Ausbildungsreife als Ziel
- Dauer: 6 bis 12 Monate
- Anrechnung auf Ausbildungszeit möglich
- Staatliche Förderung: Zuschuss zur Praktikumsvergütung = 216,00 € monatlich + pauschale Sozialaufwandserstattung

Finanzierungslücke: überbetriebliche Qualifizierung!

Pilotprojekt der SOKA-BAU - „Berufstart Bau“

Durch eine Anpassung der tariflichen Ausbildungsförderung, bei der wesentliche Kosten für Berufsausbildung durch eine Umlage von allen Unternehmen der Bauwirtschaft gemeinsam getragen werden, wurde die Möglichkeit einer Finanzierung auch für Qualifizierungsmaßnahmen geschaffen, die noch vor Beginn einer Berufsausbildung liegen.

Das gestartete Pilotprojekt „Berufstart Bau“ setzt auf regionale Maßnahmen der überbetrieblichen Ausbildungsstätten der Bauwirtschaft in Kooperation mit den in der Region ansässigen Bauunternehmen und zielt auf ausbildungswillige junge Menschen im Sinne einer Einstiegsqualifizierung. Ziel des Projektes ist es, die Maßnahmenteilnehmer optimal auf den Beginn einer Bau-Berufsausbildung im darauffolgenden Jahr vorzubereiten. Neben den Qualifizierungsanteilen im Betrieb können dabei Ausbildungsblöcke in den überbetrieblichen Ausbildungsstätten stattfinden, deren Kosten – ebenso wie die Kosten für sozialpädagogische Begleitung – durch das Pilotprojekt finanziert werden.

Die Finanzierung nach verschiedenen Förderkriterien sowie die laufende Evaluierung innerhalb der zwölfmonatigen Laufzeit des Pilotprojektes werden von der SOKA-BAU (Sozialkassen der Bauwirtschaft) in Wiesbaden durchgeführt.

Zielgruppe:

- unversorgte Ausbildungsbewerber
- Ausbildungssuchende ohne die erforderliche Ausbildungsreife
- lernbeeinträchtigte und sozial benachteiligte Ausbildungssuchende

Leistungen der ULAK:

- Erstattung der Kosten überbetrieblicher Qualifizierungsanteile einschließlich
- Personalkosten für Stützlehrer und Sozialpädagogen

Die an dem Projekt teilnehmenden Ausbildungszentren, an die Sie sich wenden können, sind auf der Internetseite der SOKA Bau veröffentlicht: http://www.soka-bau.de/soka-bau_2011/desktop/de/Arbeitgeber/Berufsausbildung/Pilotprojekt/

Ausbildungsbegleitende Hilfen (abH)

Die Leistung zielt darauf ab, Jugendlichen, die besonderer Hilfen bedürfen, durch Förderung des Erlernens von Fachtheorie, Fachpraxis, Stützunterricht zum Abbau von Sprach- und Bildungsdefiziten sowie durch sozialpädagogische Begleitung die Aufnahme, Fortsetzung sowie den erfolgreichen Abschluss einer erstmaligen betrieblichen Berufsausbildung in anerkannten Ausbildungsberufen oder das erfolgreiche Absolvieren einer betrieblichen Einstiegsqualifizierung zu ermöglichen.

Ausbildungsbegleitende Hilfen müssen über betriebs- und ausbildungsübliche Inhalte hinausgehen. Eine Beantragung erfolgt bei den örtlichen Arbeitsagenturen über die Bildungszentren, die für die Durchführung die erforderlichen Maßnahmekosten erhalten.

Wenden Sie sich dazu an ein überbetriebliches Ausbildungszentrum in Ihrer Region!

Weiterführende Informationen:

Fragen Sie Ihren Landesverband nach weiterführenden Informationen und nach Werbemitteln für die Gewinnung von Auszubildenden.

Hilfreiches im Internet:

- www.bauberufe.net
- www.weiterbildung-bauwirtschaft.de
- www.fachkraefte-toolbox.de
- www.bau-ausbildung.de
- www.zav.de

Fördermittel Unternehmensberatung

Die Kosten einer Beratung zur Fachkräftesicherung durch einen Externen sind förderfähig: Das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) bietet ein Programm an, über das Beratungskosten von Unternehmen in den alten Bundesländern und Berlin mit 50 % bezuschusst werden; bei Unternehmen in den neuen Bundesländern werden sogar 75 % übernommen. Der Zuschuss beträgt maximal 1.500 €. www.beratungsfoerderung.info

Vielfach haben auch die Länder und Landesbanken Förderprogramme für Beratungsleistungen rund ums Personal. www.foerderdatenbank.de

