

BRV WORKSHOP

Mit Azubis auf der Überholspur, Teil 1

Mit seinen Intensivkursen im Rahmen der The Tire Cologne setzte der BRV in Köln einmal mehr innovative und wichtige Impulse für seine Mitglieder. Großes Interesse verbuchte dabei vor allem das Thema Recruiting von Nachwuchs-, Fach- und Führungskräften.



BRV-Geschäftsführer Yorick M. Lowin eröffnete den Workshop, bevor er anschließend das Wort an die erfahrene Business-Trainerin Tanja Herzig übergab.

So sehen sich die Unternehmen neben mangelnden Bewerbungen auch immer häufiger echten Generationenkonflikten gegenüber. Ein überaus spannendes und brandaktuelles Thema, das Coach Tanja Herzig in zwei praxisnahen Stunden genau beleuchtete, um gemeinsam mit den Teilnehmern konkrete Handlungsempfehlungen abzuleiten.

Bewerbungen: Quantität vs. Qualität

Gleich zu Beginn des Trainings startete Tanja Herzig, Diplom-Kauffrau und Business-Trainerin BDVT, mit einer kleinen Umfrage unter den Teilnehmern, die deutlich machte: Unabhängig, ob kleiner Familienbetrieb,

renommierter Mittelständler oder Großkonzern – ausnahmslos jedes vertretene Unternehmen sucht derzeit händeringend nach fähigen Mitarbeitern. Stellt man jedoch einmal die Anzahl der offenen Stellen den tatsächlich eingestellten Mitarbeitern und Auszubildenden gegenüber, zeigt sich ein erschreckendes Gefälle. „Es liegt nicht unbedingt an der Anzahl der Bewerbungen“, berichtet ein Reifenhändler. „Das Problem ist eher, dass die Qualität einfach nicht mehr stimmt und man zuschauen kann, wie sie Jahr für Jahr rapide nachlässt. Zum einen sehe ich da enorm große Lücken in unserem Schulsystem, das die jungen Leute kaum bis gar nicht mehr auf

die Arbeitswelt vorbereitet. Zum anderen fehlt es insbesondere bei jungen Leuten an Einstellung, Engagement und Einsatz. Auch Lehrlinge brechen ihre Ausbildung immer häufiger ab.“ Vor allem Berufe mit handwerklichen Tätigkeiten sehen sich in den letzten Jahren einem stetig wachsenden Desinteresse gegenüber, weiß auch Coach Herzig. „Dennoch müssen Sie sich ganz ehrlich fragen: Sind die jungen Leute wirklich so schlecht, faul und unmotiviert, wie ihnen ihr aktueller Ruf vorausseilt? Oder schaffen Sie es als Unternehmen schlichtweg nicht, die Guten unter ihnen anzusprechen, damit sie sich bei Ihnen bewerben?“ Eine ganz neue Form der Problembetrachtung, die im



Volles Engagement: Im Praxisteil brachten sich die Teilnehmer mit viel Know-how und großer Leidenschaft in den Workshop ein.

Raum für kurzes Schweigen und nachdenkliche Blicke sorgte. Denn ja: Es ist einfacher, eine ganze Generation pauschal zu verurteilen, als erkennen zu müssen, dass sich die Welt verändert hat. Dass sich Werte verschoben haben. Dass junge Leute mittlerweile eine völlig andere Vorstellung von Arbeit und Work-Life-Balance als noch vor ein paar Jahren haben. Persönlich ist es jedem selbst überlassen, wie er diese gesellschaftlichen Entwicklungen bewertet. Doch HR-Verantwortliche und Recruiter müssen sich dringend mit neuen Wegen und Modellen auseinandersetzen, wenn sie am Arbeitsmarkt heute wie morgen fähige Mitarbeiter für sich gewinnen wollen. „Besonders hart trifft es uns auch immer dann, wenn wir gute Nachwuchskräfte ausbilden und sie nach Abschluss der Lehre dann von attraktiveren Mitbewerbern einfach abgeworben werden“, berichtet ein Händler.

Generation X, Y, Z

Es geht also einerseits um die Frage: Wie präsentiere ich mich als attraktiver Arbeitgeber, damit gute und engagierte Leute bei mir anfangen? Und andererseits: Was kann ich tun, damit gutes Per-

sonal meinem Betrieb auch langfristig erhalten bleibt? „Testen Sie neue Kanäle wie WhatsApp, Instagram, Facebook, YouTube und Snapchat. Bieten Sie die Möglichkeit für unkonventionelle Bewerbungen – zum Beispiel über Videos. Üben Sie sich in zielgruppenspezifischem Wording und holen Sie Ihre jungen Mitarbeiter mit ins Boot. Lernen Sie von Ihnen und überlegen Sie gemeinsam, welche Wege und Plattformen sich für Ihr Unternehmen eignen.“ Aber: Social Media-Kanäle wollen kontinuierlich und mit passender Strategie bespielt werden. Lieblose oder ungepflegte Profile und Accounts können auch schnell negative Auswirkungen haben. Millenials, Generation Y und Z - jeder hat schon einmal von ihnen gehört oder über sie gelesen. Nur die Wenigsten sind sich allerdings über die signifikanten Unterschiede bewusst. „So strebten die sogenannten ‘Baby Boomer’ – extrem geburtenstarke Jahrgänge zwischen den 50er und 60er Jahren – primär nach persönlichem Wachstum, glaubten an das Team und legten den Fokus auf ihre Arbeit“, weiß Tanja Herzig. „Die anschließende Generation X verfolgte hingegen Unabhängigkeit und

wünschte sich mehr Freiheit im Berufsleben.“ Für die Generation Y ist es besonders wichtig, hinter allem einen Sinn zu sehen, sich selbst zu verwirklichen und eine Work-Life-Balance zu schaffen, die Privatleben und Beruf gelingen miteinander verschmelzen lässt. „Die Zielgruppe der heutigen Azubis unterscheidet sich hingegen noch einmal ganz deutlich von allen vorherigen Generationen: Sie pflegt einen offenen Umgang, lebt in einer vernetzten Welt, möchte Spaß bei der Arbeit und fordert wieder eine strikte Trennung zwischen Job und Freizeit.“ Ihr Privatleben ist ihnen viel wichtiger als der Generation Y. Sie haben beobachtet, wie sich ihre Vorgänger für die Berufswelt verausgabt haben, im Verhältnis aber weder adäquat ent- noch ausreichend belohnt wurden. Im Gegenteil: In den meisten Fällen zahlte die Generation Y für Karriere und 24h-Erreichbarkeit mit Gesundheit und Lebensqualität.

In der nächsten Ausgabe erfahren Sie im zweiten Teil, wie die verschiedenen Generationen miteinander besser kommunizieren können und welche Chancen und Herausforderungen damit verbunden sind.

(cw)

Mit Azubis auf der Überholspur, Teil 2

Im Rahmen der The Tire Cologne organisierte der Bundesverband Reifenhandel und Vulkaniseur-Handwerk (BRV) einen Intensivkurs zum Thema „Recruiting von Nachwuchs-, Fach- und Führungskräften“.

Im zweiten Teil erfahren Sie nun, wie die verschiedenen Generationen miteinander besser kommunizieren können und welche Chancen und Herausforderungen damit verbunden sind. Die größte Herausforderung sehen die Teilnehmer des BRV-Workshops in dem fehlenden Verständnis der einzelnen Generationen füreinander. „Es fängt ja schon bei der Handy- und Medienutzung an. Für unsere älteren Mitarbeiter spielen die jungen Leute den halben Tag nur sinnlos mit dem Handy herum anstatt zu arbeiten. Da sind Konflikte programmiert.“ Und genau an diesem Punkt stehen die Führungskräfte von heute vor einer gewaltigen Aufgabe. „Als Vorgesetzter muss ich heute enorm viel mit meinem Team kommunizieren“, so Coach Tanja Herzig. „Ich muss auf viele unterschiedliche Bedürfnisse gleichzeitig eingehen, ohne dabei die Interessen und Ziele des Unternehmens aus den Augen zu verlieren.“

Handynutzung als unternehmerische Chance

Gerade das Thema Handynutzung steht mittlerweile bei allen Firmen ganz oben auf der Agenda, weiß die Business-Trainerin. „Natürlich erscheint es im ersten Augenblick so, als ob Handys & Co nur von der Arbeit ablenken würden. In Wirklichkeit bedienen die jungen Leute damit aber ihre neue, erweiterte Realität.“ Es hat sich eine andere Form der Kommunikation etabliert, bei der es mehr um die Gemeinschaft und weniger um das Individuum geht. „Diesen Entwicklungen muss sich ein Betrieb einfach annehmen – ob er das nun gut heißt oder nicht. Am Ende geht es auch hier wieder um die Frage der Perspektive.“ Denn die Vernetzung bringt auch Vorteile mit sich: Der Mitarbeiter postet Fotos von der Arbeit und zeigt damit, wie verbunden er mit seinem Arbeitgeber ist. Viele Angestellte kommunizieren inzwischen direkt über WhatsApp mit ihren Lieferanten, Kunden und Partnern und klären berufliche Dinge auf dem kurzen Dienstweg. Dies wirkt sich wiederum positiv auf die Produktivität und Effizienz zahlreicher Prozesse aus. „Mitarbeiter tauschen sich nicht nur mit Kollegen aus und können sich so optimal unterstüt-



Die Teilnehmer arbeiteten in kleinen Gruppen zusammen.

zen. Mit dem Handy googeln sie auch mal schnell ein paar hilfreiche Tutorials auf YouTube und ziehen sich eigenständig wichtige Information aus dem Netz.“

Effizienz und Freiheit

Künftig wird es darum gehen, neue Formen der Reglementierung zu finden, die nicht pauschal verurteilen, sondern auch den Vorzügen der digitalen Generation ausreichend Raum bieten, sich im Sinne des Betriebes zu entfalten. „Das Ganze war und ist für uns – und die alteingesessenen Kollegen – natürlich eine vollkommen neue Situation“, berichtet ein engagierter Händler im Rahmen des Workshops. „Zumal die Generation Z ja noch nicht allzu lang Teil unserer Arbeitswelt ist und wir kaum Zeit hatten, uns auf die veränderten Bedürfnisse einzustellen. Allerdings erkennen wir als Unternehmen inzwischen auch den Nutzen von Vernetzung und Erreichbarkeit. So profitieren wir beispielsweise sehr davon, dass unsere Mitarbeiter bei der Warenannahme ihr Handy benutzen. Eventuelle Fehlanliefe-



Brainstorming im Seminar

rungen werden dort direkt dokumentiert und per WhatsApp an unser Büro gesendet. Am Ende müssen wir lernen, zwischen Ablenkung und Nutzen richtig differenzieren zu können.“ Hilfreich kann da auch eine bewusst gewählte Formulierung sein, rät Tanja Herzig: „Versuchen Sie beim Aufstellen von Regeln und Vorgaben darauf zu achten, dass Sie den Bedürfnissen der jungen Leute besser gerecht werden. Vermeiden Sie Formulierungen wie ‘Ich will, dass du das jetzt so und so machst!’ Arbeiten Sie stattdessen vermehrt mit Zielvorgaben: ‘Das und das ist das Ziel. Wie und wann du das genau machst und umsetzt, ist mir egal. Hauptsache, am Ende stimmt das Ergebnis!’ Geben Sie Ihren Mitarbeitern die Möglichkeit, ihr Zeitmanagement aktiv mitzugestalten.“

(cw)