



Fotos: ZVDH

Das Dachdeckerhandwerk ist sehr vielseitig und dazu noch zukunftsicher, wie sich gerade jetzt in der Krise zeigt.

In guten und in schlechten Zeiten

Ausbildung: Die Corona-Pandemie hat auch Auswirkungen auf die Nachwuchssuche: Die beliebten Azubimessen fielen aus, Praktika und Tage der offenen Tür wurden verschoben, es gab keinen Girls' Day. Wie aber nun an passende Bewerber und Bewerberinnen kommen?

Claudia Büttner

Im ersten Teil unseres Beitrags stellen wir verschiedene Möglichkeiten vor, auch in Corona-Zeiten Nachwuchs zu finden. Im zweiten Teil haben wir hilfreiche Tipps und Infos, um die Ausbildungszeit für beide Seiten gut zu gestalten.

Tipps zur Nachwuchssuche

Über die Nachwuchsplattform des ZVDH www.DachdeckerDeinBeruf.de konnten wir bereits über 240 junge Menschen im Dachdeckerhandwerk als Praktikant oder Azubi unterbringen.



Social-Media-Kanäle

Längst schon ist es üblich, auch über Facebook oder Instagram Stellen auszuschreiben. Gerade für die Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen bieten sich diese Kanäle an, sind doch 98 % täglich online und das für 366 Minuten (ARD/ZDF-Studie, Stand 2019). Aber diese Zielgruppe hat gewisse Ansprüche: Mit ein paar Bildern auf Instagram gepostet lockt man keinen mehr hinter dem Ofen hervor. Wichtig ist zu zeigen, warum man als Arbeitgeber einzigartig und attraktiv ist. Und das geht am besten emotional und multimedial: mit Videos, Mitmachaktionen und ernst gemeinter Gesprächsbereitschaft. Gut gemachte Bewegtbildinhalte wie Instagram-Story wirken besonders gut. Laut aktueller ARD/ZDF-Studie sehen sich über 40 % der 14- bis 19-Jährigen täglich Videos bei Facebook und Instagram an. Übrigens nutzen 100 % der Jugendlichen ein Smartphone, daher sollte die eigene Webseite unbedingt für mobile Endgeräte optimiert werden. Die noch recht junge Plattform TikTok erreicht täglich 5 % der 14- bis 29-Jährigen. Zeigen Sie als Betrieb Gesicht, denn Menschen folgen Menschen. Auch wenn Sie stolz auf ein schön gemachtes Dach sind, das überzeugt den 16-Jährigen im Zweifel nicht. Aber wenn der junge Geselle vom tollen Betriebsklima schwärmt, zeigt, wie er selbst Hand anlegt und stolz sein Ergebnis präsentiert, macht das schon mehr her: Authentische Inhalte sind das A und O. Wichtig: immer einen Ansprechpartner angeben. In der Beschreibung können dann relevante Informationen eingefügt werden oder Sie verweisen auf Ihre Homepage, wo alle wichtigen Details zur Ausbildung aufgeführt sind. Innungsbetriebe können auch alle Bilder und Filme unserer Jugendbotschafter nutzen, um ihre Social-Media-Kanäle zu bestücken. In der Bilderdatenbank (unter Nachwuchskampagnen/ZVDH-Social-Media-Posts) bzw. in unserem Youtube-Kanal DachdeckerDeinBeruf findet sich bestimmt die eine oder andere Anregung.

Aktuell arbeiten wir daran, die Kontaktaufnahme für die dort gelisteten Innungsbetriebe noch einfacher zu gestalten. Unsere Idee war es, ein niedrighwelliges Angebot für Schüler und Schülerinnen zu schaffen: Sie können sich mit zwei Klicks bewerben, müssen nur Namen, Alter und Schulabschluss angeben und eine Auswahl von Betrieben vornehmen, wo sie sich bewerben möchten. Über ein Kontaktsystem wird der Betrieb informiert, und so kann mit dem Bewerber schnell ein Termin zum Kennenlernen vereinbart werden. Betriebe, die sich zu den neun Punkten des Ausbildungsversprechens bekennen, heben sich positiv hervor und können ihren Eintrag werbewirksam gestalten: <https://bit.ly/Ausbildungsversprechen>. Und natürlich kann jeder Innungsbetrieb sein Lehrstellenangebot im internen Bereich unter <https://member.dachdecker.de/> einstellen. Die angebotenen Jobs werden dann auf der Webseite dachdecker.org sowie auf der jeweiligen Seite des Landesverbandes angezeigt.



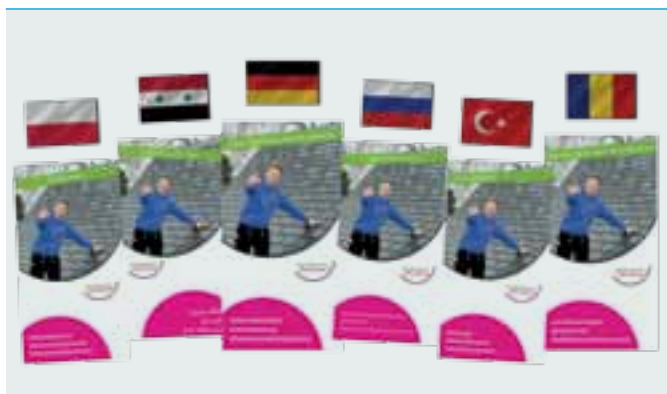
Übrigens: Rund 80 % aller Jobsuchen starten über Google, daher lohnt es sich, die seit 2019 bestehende Funktion „Google for Jobs“ anzuschauen. Ein wichtiger Punkt dabei ist, die eigene Stellenanzeige für die Job-Box von Google zu optimieren. Mehr Infos dazu: <http://bit.ly/Google-Jobs-2020>



Virtuelle Berufswahlmessen

Viel Erfolg brachten gerade dem Handwerk die Berufswahlmessen. Die Betriebe konnten zeigen, was sie können, und die Jugendlichen hatten ihr erstes Erfolgserlebnis, sei es beim Schieferherzenschlagen oder bei einem virtuellen Rundgang auf dem Dach. Auch wenn die praktische Erfahrung durch nichts zu ersetzen ist, gibt es doch Alternativen: So haben die Messegesellschaften reagiert und bieten virtuelle Messen an. Hier einige Beispiele:

www.erfolg-im-beruf.de/fachmessen/messetermine
<https://azubitage.de/virtuell>



Nachwuchsflyer für Eltern und Schüler

Neben der oben erwähnten Bewerberplattform gibt es vom ZVDH eine gedruckte sechsseitige Nachwuchsbrochüre, um interessierten Schülern und Schülerinnen etwas an die Hand zu geben. Aber auch die Elterngeneration als wichtigen Ratgeber haben wir im Blick: Ganz aktuell ist im internen Bereich auch eine Elternbrochüre abrufbar, um für den Dachdeckerberuf zu werben. In gedruckter Form kann die Broschüre im Werbemittelshop in deutscher und türkischer Sprache heruntergeladen werden. Als druckfähiges PDF sind die Elterninfos außerdem in vier weiteren Sprachen verfügbar: Polnisch, Rumänisch, Syrisch und Russisch. Die PDF-Dateien der Broschüren können zum Beispiel auf der eigenen Webseite eingebunden oder für Stellenanzeigen auf Facebook und Instagram verwendet werden. Facebook hat seit einiger Zeit speziell für Jobangebote eine eigene Seite eingerichtet, über die man sehr einfach eine Anzeige erstellen kann.

www.facebook.com/jobs

Auch im Rahmen der **Imagekampagne Handwerk** gibt es tolle Motive, die zur Nachwuchssuche genutzt werden können. Abrufbar sind die Vorlagen unter: werbemittel.handwerk.de („Azubi-Maßnahmen“). Ob als Plakat, das individuell mit dem Firmenlogo versehen werden kann, oder als Vorlage für Social-Media-Posts:

Hier sind der Fantasie keine Grenzen gesetzt. Weitere bundesweite Aktionen, um auf Handwerksberufe aufmerksam zu machen, sind in den nächsten Wochen geplant. Auch davon wird das Dachdeckerhandwerk profitieren. Aber auch der neue Slogan der Imagekampagne „Beim Klimaschutz ganz oben“ lässt sich sehr gut für die Nachwuchswerbung nutzen.

Digitales Azubi-Speeddating

Zahlreiche Handwerkskammern bringen Azubis und Betriebe über ein digitales Azubi-Speeddating zusammen: eine gute Möglichkeit, um mit interessierten Jugendlichen zusammenzukommen. Infos dazu finden sich auf den jeweiligen Webseiten der Kammern. In der Regel bieten die Kammern den Betrieben auch eine ausführliche Vorbereitung auf das Treffen im digitalen Raum an.

Das virtuelle Bewerbungsgespräch

Es gibt viele Wege, ein virtuelles Gespräch zum Kennenlernen durchzuführen. Es kann als Telefoninterview oder aber auch als Videogespräch stattfinden. Letzteres kommt dem persönlichen Gespräch sehr nahe. Dafür benötigt man zusätzlich zur Internetverbindung eine Webcam und ein Mikrofon. Anbieter sind beispielsweise Skype, Zoom oder auch Google Meet. Diese Applikationen sind kostenlos verfügbar. Sie entscheiden über das Tool, das Sie verwenden möchten. Teilen Sie dies Ihrem Bewerber in der Einladung mit, so wie bei einem persönlichen Vorstellungsgespräch auch.



Kommunizieren Sie bereits in der Einladung zum Termin, wie viel Zeit Sie für das Gespräch zur Verfügung haben. Wichtig ist auch der Technikcheck vorher, damit es während des Bewerbungsgesprächs nicht zu bösen Überraschungen kommt.

Arbeitsagentur

Umfangreiche Unterstützung bei der Nachwuchssuche bietet auch die Arbeitsagentur an. Sie berät zudem Betriebe, die erstmals ausbilden möchten. Ausführliche Informationen sind im Flyer „Zukunft sichern. Ausbildung ermöglichen. Tipps und Service für Ihre erfolgreiche Nachwuchssuche“ zusammengestellt und können als PDF hier heruntergeladen werden:

www.arbeitsagentur.de/datei/dok_ba015804.pdf

Konjunkturpaket

Die Bundesregierung will sicherstellen, dass auch in Zeiten der Pandemie weiterhin ausgebildet wird. Sie kündigt daher im kürzlich verabschiedeten Konjunkturpaket Prämien in Höhe von 2.000 bis 3.000 Euro für neu abgeschlossene Ausbildungsverträge an. Auch sollen Unternehmen belohnt werden, die Azubis aus insolventen Betrieben übernehmen. Die Einzelheiten dazu werden allerdings noch ausgearbeitet. Erste Details finden sich im zvdh-kompakt 24/2020: „Ausbildungsprämie – Eckpunkte des Bundesprogramms“ <https://bit.ly/zvdh-kompakt-24-2020>.

Unterstützung der Berufsorganisation

Der ZVDH hat im Juni wieder eine bundesweit angelegte Presseaktion gestartet, um mit zahlreichen Artikeln über den vielseitigen Dachdeckerberuf in der regionalen Tagespresse vertreten zu sein. Die letzte Aktion brachte über 500 abgedruckte Berichte und erreichte zwölf Millionen Leser. Die Landesverbände und Innungen werben derzeit ebenfalls verstärkt auf allen Kanälen für den Dachdeckerberuf. Also: Die Chancen stehen sehr gut, trotz der Pandemie Dachdeckerazubis zu finden.

Fazit:

Trotz Messeabsagen und Kontaktbeschränkungen gibt es zahlreiche Alternativen, um Nachwuchs zu finden. Vor allem kann das Dachdeckerhandwerk damit werben, auch in Zeiten der Pandemie krisensicher aufgestellt zu sein. //

Autorin

Claudia Büttner ist Pressesprecherin des ZVDH.



Kommentar

Gute Zeiten

Artur Wierschem, stellvertretender ZVDH-Hauptgeschäftsführer und beim ZVDH zuständig für den Bereich Berufsbildung, sieht aktuell gute Chancen für Dachdeckerbetriebe:

„Jetzt ist der richtige Zeitpunkt, verstärkt in Nachwuchswerbung zu investieren. Noch nie standen die Chancen für Dachdeckerbetriebe so gut wie jetzt, geeignete Kandidaten zu finden. Andere Branchen halten sich aufgrund der Corona-Krise zurück: Aktuellen Umfragen zufolge hat ein Viertel der Handwerksbetriebe angegeben, aufgrund der Pandemie weniger auszubilden. Und Stand heute ist die Zahl der neu abgeschlossenen Ausbildungsverträge im Vergleich zum Vorjahr bereits um fast 20 % zurückgegangen. Diese Situation können wir für uns nutzen, und dies vor allem unter dem Aspekt ‚Dachdecker ist ein krisensicherer Job!‘“ //



Anzeige

www.loro.de

Serie V: LORO-X Balkonentwässerung

- nur ein Grundkörper
- modulare Aufsatzelemente
- für Flüssigkunststoff oder Dachabdichtungsbahn
- unabhängiger Einbau von Grundkörper und Aufsatz
- zweiteilige Ausführung für wärmegeämmte Balkone
- mit aufgekanteten Klebeflanschen für Wand- oder Eckanschluss
- made in Germany
- aus Edelstahl