

Wanted: Gute Azubis

FACHKRÄFTEMANGEL

Der Fachkräftemangel ist für die Augentoptik bundesweit spürbar. Die Zahl der arbeitslos gemeldeten Augenoptiker war in den vergangenen Monaten historisch niedrig. In Deutschland ist der Krankenstand insgesamt so hoch wie seit 20 Jahren nicht mehr. Gründe genug, eine Serie zum Thema Fachkräftemangel in Kooperation mit Top-Speakerin Regina Först zu starten. Im **ersten Teil** geht es um den Nachwuchs: Wie und wo finden sich gute Auszubildende – kurz Azubis?

eyebizz: Wie bekommen Augenoptiker gute Auszubildende?

REGINA FÖRST: Grundvoraussetzung ist, dass sie Lust haben Menschen auszubilden und zwar fachlich wie menschlich. Die Jugend hat immer anders getickt und tut es jetzt auch. 15- und 16-Jährige sind etwa sehr technikaffin, aber in der direkten Kommunikation mit einem Gegenüber noch nicht so geübt. Der Wunsch nach Freiheit ist bei vielen stark ausgeprägt, aber auch der nach Sicherheit. Augenoptiker müssen ihre Auszubildenden jedoch nicht nur für die Arbeit begeistern können, sie haben auch die Aufgabe, sie als Menschen zu formen. Wer Nachwuchs sucht, sollte zudem gezielt dort hingehen, wo junge Leute unterwegs sind. REWE verwendet zum Beispiel für seine Stellenangebote Messenger-Dienste im Internet.

Welche Internet-Messenger-Dienste sind besonders empfehlenswert? Was halten Sie von Job-Messen oder von der Arbeitsagentur?

Die besten Markenbotschafter sind glückliche Mitarbeiter. Absolut authentisch wirkt, wenn Mitarbeiter und Azubis auf Snapchat oder Facebook darüber schreiben, dass sie Spaß bei der Arbeit und in ihrer Ausbildung haben. Solche Posts sind die besten Visitenkarten. Der Arbeitgeber stellt sich so außerdem als up-to-date dar.

Jobmessen finde ich einen guten Ansatz, wenn man dort nicht einfach nur langweilig herumsteht, sondern sich gut präsentiert. Übrigens sind auch Kunden, die nicht nur fachlich gut bedient werden, sondern glücklicher aus dem Laden gehen, als sie reinkamen, großartige Markenbotschafter für das eigene Geschäft! Nicht nur für den Verkauf, sondern auch für die Imagepflege, wenn es um guten Nachwuchs geht. Was Arbeitsagenturen betrifft: Außergewöhnliche Situationen brauchen außergewöhnliche

Maßnahmen und da hat es eine Agentur sicher schwer, schnell und innovativ zu reagieren.

Schauen wir auf die Ausbilder, wenn es darum geht, gute Leute zu halten. Es gibt ja solche und solche Chefs, die einen haben es drauf, Wissen zu vermitteln. Andere sind eher ruppig gegenüber dem Nachwuchs. Da wirft mancher Youngster schnell das Handtuch und geht. Was tun?

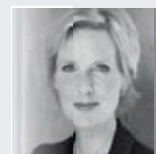
Business is people. Und Arbeitskräfte sind im Moment knapp. In dieser Marktsituation sind die Softskills von entscheidender Bedeutung. Arbeitnehmer können sich ihre Arbeitgeber praktisch aussuchen. Und würden wir uns jemanden aussuchen, der launenhaft und unfreundlich ist? Wohl kaum. Der Boss ist klug beraten, all die zwischenmenschlichen Themen ernst zu nehmen und an seinen Sozialkompetenzen zu feilen. Dass diese Softskills entscheidend sind, hat niemand in seiner Ausbildung oder im Studium gelernt. Führungskräfte müssen in ihre eigenen Sozialkompetenzen investieren und lernen, dass das WIE, der Umgang untereinander, absolut wichtig ist. Statt nur das WAS, die berufliche Kompetenz.

Und wenn der Nachwuchs sich als unfähig erweist? Zum Beispiel unpünktlich ist, wenig gepflegt... Sie sprachen anfangs davon, dass sich Azubis formen lassen. Was empfehlen Sie, um positiv einzuwirken?

Ich bin ein Freund von klaren Regeln. Von Anbeginn sollte der Chef oder die Chefin klar kommunizieren, welche Werte bei ihnen gelebt werden. Welche Spielregeln gibt es? In den ersten Tagen und Wochen wird oft zu wenig gesprochen. Es hilft da, dem Azubi einen Mitarbeiter als Paten an die Seite zu stellen, damit eine offene, angstfreie Kommunikation möglich wird. Fragen müssen erlaubt sein.

Wenn allerdings alles klar, freundlich und bestimmt kommuniziert wurde und der Azubi einfach nicht auf Hinweise zu seinem Fehlverhalten reagiert, dann empfehle ich ein Vorgehen wie beim Sport: Erste Verwarnung, dann, wo nötig, die gelbe Karte, im Ernstfall aber Rot. III

REGINA FÖRST



zählt zu den renommiertesten Referentinnen und Unternehmens-Beraterinnen im deutschsprachigen Raum. In Vorträgen, Trainings und Coachings führt sie Menschen in ein breites Spektrum ihrer individuellen und unternehmerischen Erfolgsmöglichkeiten. info@people-foerst.de.