

Umlagefinanzierte Ausbildungsförderung trägt Früchte

Ausbildungszahlen in der Bauwirtschaft steigen weiter, aber Zahl neuer Ausbildungsverhältnisse sinkt

WIESBADEN. Der positive Trend der vergangenen Jahre am Bauausbildungsmarkt hat sich 2019 fortgesetzt. Dies bestätigen aktuelle Zahlen von Soka-Bau: Die Gesamtzahl der Auszubildenden ist mit rund 40 000 auf den höchsten Stand seit 2002 geklettert. Nach einem kräftigen Anstieg der Zahl der neuen Ausbildungsverhältnisse in der Bauwirtschaft in den beiden Vorjahren ist die Zahl der neuen Azubis im 2019 begonnenen Ausbildungsjahr allerdings um 1,7 Prozent gesunken. Dies war allerdings nicht dem Stellenangebot geschuldet. Gemäß der Bundesagentur für Arbeit (BA) hat die Zahl der Ausbildungsstellen in den Bauberufen (Hoch- und Tiefbau) erneut stark zugenommen. So verzeichnete die Zahl der gemeldeten Stellen im Hochbau einen Zuwachs um sechs Prozent und im Tiefbau sogar um rund 8,5 Prozent, während deutschlandweit nur ein Anstieg der Ausbildungsstellen um gut einem Prozent zu verbuchen war.

Das große Angebot an Ausbildungsstellen führt Soka-Bau auch auf den Erfolg der umlage finanzierten Ausbildungsförderung in der Bauwirtschaft zurück. Um das Niveau an gut ausgebildeten Fachkräften in der Bauwirtschaft stabil zu halten, beteiligen sich alle Baubetriebe an der Finanzierung der Berufsausbildung. So zahlt jeder Baubetrieb 2,4 Prozent vom Bruttolohn seiner gewerblichen Arbeitnehmer bei Soka-Bau ein. Aus diesem Topf wird der überwiegende Teil der Berufsausbildung finanziert. Soka-Bau erstattet Ausbildungsstellen die komplette überbetriebliche Ausbildung sowie zwei Drittel der Ausbildungsvergütungen im ersten und im zweiten Ausbildungsjahr. 2018 wurden rund 350 Millionen Euro an Baubetriebe und überbetriebliche Ausbildungsstätten im Rahmen der Berufsausbildung erstattet.

Für Azubis hat eine Ausbildung in einem Bauberuf nicht zuletzt aufgrund der überdurchschnittlichen Ausbildungsvergütung ihren Reiz. In einem Bauberuf wie Maurer oder Straßenbauer erhält ein Auszubildender laut dem Bundesinstitut für Berufsbildung über alle drei Jahre hinweg eine durchschnittliche Ausbildungsvergütung in Höhe von 1 166 Euro. Damit verdient ein Bau-Azubi 227 Euro mehr als der Durchschnitt der tariflichen Ausbildungsvergütungen in Deutschland.

Auf der Bewerberseite hat die Baubranche 2019 von der hohen Zahl an Bewerbern aus den Flüchtlingsherkunftsändern pro-

tiert. Nach Angaben der BA lag die Zahl der Geühteten, die sich um einen Ausbildungsplatz beworben haben, auf dem Niveau des Vorjahres. Insgesamt arbeiten rund 20 Prozent der Auszubildenden aus den Flüchtlingsherkunftsändern im Baugewerbe.

Aufgrund des hohen Fachkräftebedarfs der Baubranche und der dadurch bedingten hohen Zahl an Ausbildungsstellen blieben allerdings auch relativ viele Ausbildungsstellen in der Bauwirtschaft unbesetzt. Im September waren dies immerhin noch mehr als 2 300 Ausbildungsplätze und damit rund 15 Prozent der insgesamt gemeldeten fast 16 000 Ausbildungsstellen im Hoch- und Tiefbau. Auf jeden Bewerber kommen inzwischen mehr als zwei Ausbildungsstellen, während der Ausbildungsmarkt branchenübergreifend ausgeglichen ist.

Bei einer Online-Befragung zur Ausbildungssituation in der Bauwirtschaft gaben über 50 Prozent der Betriebe an, dass sie Schwierigkeiten haben, ihre offenen Ausbildungsplätze zu besetzen. Über 70 Prozent der Betriebe bieten bereits eine Ausbildung für geühtete Menschen an oder sind zumindest dafür offen. Dies gilt auch für über 60 Prozent der Betriebe in Bezug auf lernbeeinträchtigte Jugendliche.

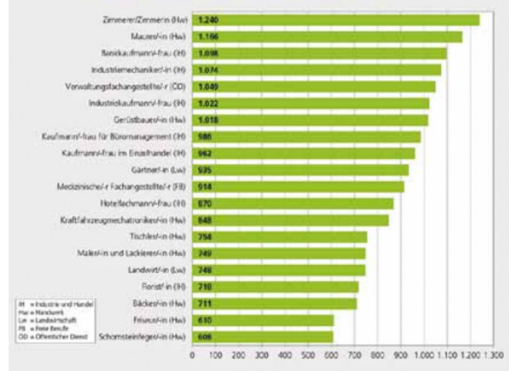
Betriebe, Branchenverbände, Bau-Ausbildungsstätten und Soka-Bau bieten unterschiedliche Möglichkeiten, Jugendliche über Bauberufe zu informieren be-

ziehungsweise ihnen erste Schritte in einen attraktiven Berufsweg zu ermöglichen. Um Jugendliche gezielt auf eine Ausbildung vorzubereiten, gibt es das Programm Berufsstart Bau. Das im Jahr 2013 auf den Weg gebrachte Projekt erleichtert Flüchtlingen und lernbeeinträchtigten Jugendlichen den Start in eine Berufsausbildung. Dabei setzt es auf regionale Fördermaßnahmen, die von überbetrieblichen Ausbildungsstätten der Bauwirtschaft in Kooperation mit in der Region ansässigen Bauunternehmen angeboten und von Soka-Bau nanziert werden.

In Baden-Württemberg zielt die Kampagne „Bau – Dein Ding!“ darauf ab, Jugendlichen bei ihrer Berufsorientierung die Baubranche näherzubringen. Wesentliches Element der Kampagne ist neben einer Online-Ausbildungsplatzbörse der sogenannte BauBus. Der multimedial ausgestattete Linienbus fährt von Schule zu Schule und will den Schülern auf anschauliche Weise Lust auf Berufe am Bau machen.

In diesem Zusammenhang plädiert Markus Crone von den Bildungszentren des Baugewerbes e.V. aus Krefeld dafür, dass die Bauwirtschaft stärker als bisher den „analogen In-User“ für eine direkte und authentische Kommunikation mit den unterschiedlichen Zielgruppen (Kindern und Jugendlichen, Eltern, Unternehmen und Arbeitnehmern) nutzen sollte. Der Austausch müsse durch die sozialen Medien ankiert werden.

Schaubild 1: Tarifliche Ausbildungsvergütungen in 20 ausgewählten Berufen 2019 in Deutschland (durchschnittliche monatliche Beträge in Euro)



Quelle: BIBB-Datenbank Tarifliche Ausbildungsvergütungen; Berechnungen des Bundesinstituts für Berufsbildung

Tarifliche Ausbildungsvergütungen von Bauberufen. Grafik: BIBB

Auch die Bauunternehmen ändern ihren Umgang mit dem Nachwuchs. Bei der Unternehmensgruppe Hundhausen beispielsweise gibt es einen festen Ansprechpartner für alle potenziellen Azubis; darüber hinaus werden regelmäßige Entwicklungsgespräche mit den Azubis durchgeführt. Der wiederkehrende Austausch trägt dazu bei, dass Azubis offen über ihre Probleme sprechen.

Die Soka-Bau Jobbörse bau.stellen.de hilft Ausbildungsbetrieben bei der Besetzung der Ausbildungsstellen mit kostenfreien Stellenausschreibungen für Azubis. Unter bau-ausbildung.de können sich potenzielle Auszubildende eine Übersicht über die Ausbildung in der Bauwirtschaft verschaffen.

Einer Soka-Bau/FAZ-Studie aus dem Jahr 2017 zufolge wählen junge Baueinsteiger ihren Ausbildungsberuf nach Interessen und Jobperspektiven: Vor allem die Kriterien Spaß an der Arbeit und im Betrieb, gute Berufsperspektiven und die private Anwendbarkeit während der Ausbildung gelten als ausschlaggebend bei der Berufswahl den Ausschlag. Darüber hinaus gilt: Erst durch die langfristige Bindung ausgelernter Fachkräfte an den Betrieb macht sich die Investition in die Ausbildung bezahlt. Deshalb muss sich die Branche an den Bedürfnissen der Azubis und jungen Facharbeiter orientieren: Neben Jobsicherheit und einem guten Gehalt stehen auch eine zusätzliche Rente sowie Arbeitszeitmodelle im Fokus der jungen Menschen.

Top-Arbeitgeber in Deutschland

Zeppelin Konzern erhält Auszeichnungen von „Stern“ und „Focus Business“

GARCHING BEI MÜNCHEN (SaS). Der Zeppelin Konzern zählt auch 2020 zu den besten Arbeitgebern in Deutschland – in zwei unabhängigen Rankings der Zeitschriften „Stern“ und „Focus Business“ belegte das Unternehmen vordere Plätze.

Im Ranking „1 000 Top-Arbeitgeber 2020 in Deutschland“, das die Zeitschrift „Focus Business“ in ihrer Ausgabe 01/2020 (Erscheinungszeitraum: Februar 2020) veröffentlicht, belegt Zeppelin in der Gesamtwertung Platz 114; in der Kategorie „Industrie“ erreichte das Unternehmen den fünften Platz. Auch in der Rangliste des „Stern“, die im Januar veröffentlicht wurde, erscheint Zeppelin mit Platz 160

in der Gesamtwertung im vorderen Feld der besten Arbeitgeber Deutschlands. Im Bereich „Schienen-, Schiffs- und Flugzeugbau“ belegt das Unternehmen Platz neun und in der Kategorie „Maschinen- und Anlagenbau“ Platz zehn.

„Wir freuen uns über die beiden hervorragenden Auszeichnungen als Top-Arbeitgeber und fühlen uns damit in unseren

Personalmaßnahmen und -initiativen bestärkt. Zeppelin arbeitet weiterhin daran, den Mitarbeitern ein Umfeld zu bieten, damit sie sich bestmöglich entwickeln können. Das reicht von umfangreichen Fort- und Weiterbildungsangeboten über Sport- und Gesundheitsangebote bis hin zu Unterstützung bei der Kinderbetreuung oder in schwierigen familiären Situationen“, so Alexandra Mebus, Arbeitsdirektorin und Geschäftsführerin des Zeppelin Konzerns.

Die Zeitschrift „Focus Business“ hat in Zusammenarbeit mit der Internet-Arbeit-

geber-Bewertungsplattform kununu die dort hinterlegten Bewertungen von mehr als 900 000 Unternehmen analysiert – sowohl die Bewertungen selbst (mindestens 3,0 kununu Sterne) als auch die Anzahl der Bewertungen spielen dabei eine Rolle. Bei der Ermittlung der Ergebnisse wurden nur Unternehmen mit mehr als 500 Arbeitnehmern berücksichtigt. Bei der Befragung, die bereits zum achten Mal durchgeführt wurde, waren Faktoren wie Unternehmenskultur, Arbeitsklima und Gehalt ein-

Der „Stern“ verfolgte in seinem Ranking „Deutschlands 500 beste Arbeitgeber“,

den ähnlichen Ansatz. Auch in diese Bewertung osen nur Unternehmen mit mehr als 500 Arbeitnehmern und Sitz in Deutschland ein. Für das Ranking, das der Stern erstmals in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut Statista erstellt hat, wurden 45 000 Arbeitnehmer anonym online befragt. Sie haben die eigene Firma und weitere Unternehmen der Branche bewertet. Der Fragebogen umfasste mehr als 50 Punkte, entscheidend war aber, ob die Arbeitnehmer ihren jeweiligen Arbeitgeber weiterempfehlen würden.

Mehr Transparenz und Bewerbungen

Baubetriebe profitieren, weil sie ihr Bewerbungsmanagement digitalisieren

ESSLINGEN (JG). Vor gut einhalb Jahren hat die Adolf Lupp GmbH + Co KG ein digitales Bewerbungsmanagement eingeführt. „Ich will mich lieber nicht mehr daran erinnern, wie es vorher hier aussah“, sagt Lothar Neckermann. Dabei zieht der Personalchef ein wenig seine Stirn kraus und lächelt gleichzeitig, denn inzwischen schätzt der 53-jährige Prokurist die immense Transparenz im Bewerbungsprozess: „Ich sehe, an welcher Stelle ein Bewerber im Prozess steht, welche Führungskräfte bereits eine Beurteilung abgegeben haben oder ob die Einladung zum ersten Gespräch schon raus ist.“

Mitte 2018 entschied sich das Unternehmen für die Software von Coveto, die speziell für Mittelständler entwickelt wurde. Auch deshalb war ab dem ersten Gespräch neben Neckermann auch der zuständige Geschäftsführer Matthias Kaufmann überzeugt: „Die technische Kompetenz, die sich in der klar strukturierten und einfach zu handhabenden Software zeigt, hat uns ebenso beeindruckt wie das fachliche Wissen.“ Inzwischen gehören der Geschäftsführer und der Personalchef zu einem kleineren Kundenkreis des IT-Dienstleisters, der sich regelmäßig trifft und sich intensiv rund um das Thema Recruiting austauscht. So kommt der Personalchef mit neuen Ideen rund um Personal in den Betrieb zurück: ob es um die Stellenausschreibung geht, wichtige Fragen im Bewerbungsgespräch oder die Einfälle im Umgang mit den 650 Mitarbeitern.

Laut dem „Digitalisierungsindex Mittelstand 2019/2020“ beschäftigt sich die deutsche Baubranche zwar zunehmend mit der Digitalisierung, liegt aber immer noch knapp unter dem branchenübergrei-

fenden Durchschnitt. In der aktuellen Studie liegt das Baugewerbe bei 52 von hundert möglichen Punkten. Allerdings gilt das vor allem für Betriebe mit mehr als 50 Mitarbeitern. Die kleineren Betriebe tun sich dagegen eher schwer, Unternehmenssteuerung, Produktion, Kundenservice oder Personalmanagement mit digitalen Tools zu unterstützen.

Erst seit Anfang des Jahres arbeitet die Knobel Bau-Gruppe aus dem badischen Hartheim mit derselben Software. Manchmal sucht Kathrin Maul eine spezielle Programmfunktion: „Ich konnte bei der Online-Schulung noch nicht teilnehmen.“ Dass der Service eine hohe Erreichbarkeit und Kompetenz besitzt, schätzt sie deshalb sehr. Obwohl alles noch in Bewegung ist, freut sie sich, dass sie schon so schnell deutlich mehr Bewerbungen auf ihre verbesserten Stellenausschreibungen bekommt: ob für Baugeräteführer oder Bauleiter. Auch die Arbeitsabläufe sind besser organisiert. „Ich spüre wirklich Rückenwind“, so die Personalerin, sie spart Zeit, weiß, dass alles an einem Ort abgelegt ist, hat eine höhere



Mithilfe des digitalen Bewerbungsmanagements bekommt die Adolf Lupp GmbH + Co KG mehr Bewerber für Baustellenjobs. Foto: Adolf Lupp

Transparenz und auch sie schätzt den höheren Datenschutz.

Ein großer Vorteil der Digitalisierung ist im Büro von Lothar Neckermann unmittelbar sichtbar: Es liegen keine Stapel von Bewerbungen auf seinem Schreibtisch. „Wir bekommen inzwischen 60 bis 70 Prozent der Bewerbungen digital, Tendenz deutlich steigend“, erklärt der Industriekaufmann und Betriebswirt, der seit 1983 bei Adolf Lupp im hessischen Nidda arbeitet. So können sich Interessenten direkt über die Unternehmens-Homepage bewerben und viele kommen über die Jobportale, etwa bei der Arbeitsagentur oder Indeed. Das ist ein wichtiges Resul-

tat aus der Zusammenarbeit mit Coveto. Die restlichen Bewerbungen scannt seine Kollegin so schnell wie möglich ein und schließt die Papierunterlagen dann weg. „In puncto Datenschutz sind wir auf dem besten Stand und fühlen uns vollkommen sicher“, sagt Matthias Kaufmann. Fanschlanker Prozesse, denn alle Daten sind auf einem sicheren externen Server des IT-Dienstleisters gehostet.

Nach einer ersten Vorauswahl in der Personalabteilung bekommt einer der 16 zuständigen Bereichsleiter die Bewerbungen, zudem können die drei Geschäftsführer alle Bewerbungen sichten. „Wir haben den Beteiligten die Software innerhalb einer

halben Stunde erklärt“, erzählt Neckermann. Das Programm ist auch für seltene Nutzer so klar strukturiert und einfach zu bedienen, dass er oder seine Kollegin im Alltag lediglich hin und wieder nochmals eine Hilfestellung geben müssen. Gibt es von den Fachabteilungen ein Okay, laden Geschäftsführung und Personalabteilung zu einem ersten Bewerbungsgespräch ein. Sind die danach weiterhin von den Kandidaten überzeugt, nehmen die entsprechenden Bereichsleiter an dem zweiten Gespräch teil.

Acht bis zehn Stellen hat Lupp immer ausgeschrieben, etwa für Bauingenieure oder Azubis. Dazu kommen pro Jahr durchschnittlich weitere zehn Stellen hinzu. So bearbeitet die Personalabteilung pro Jahr etwa 900 Bewerbungen. Im vergangenen Jahr mit 50 Neueinstellungen waren es allerdings deutlich mehr. Das Programm war von Anfang an gezielt auf die Arbeitsabläufe von Adolf Lupp abgestimmt. Im Alltag zeigen sich dann weitere Verbesserungsmöglichkeiten und Kaufmann ist begeistert über die Kundenorientierung von Coveto. Zum einen bekommt die Firma schnelle und kompetente Antworten von der Hotline. Zum anderen prüft das IT-Unternehmen, ob von den Anregungen der Kunden auch andere profitieren könnten. „Wir lernen am meisten durch die Wünsche unserer Anwender und können die Software kundentorientiert weiterentwickeln“, sagt deren Geschäftsführer Pia Tischer.