

HANDWERKSKAMMER FÜR UNTERFRANKEN

„Wir brauchen eine klare Strategie für die berufliche Bildung“

Steigende Zahl an neuen Auszubildenden im unterfränkischen Handwerk **VON DANIEL RÖPER**

Eine Ausbildung im Handwerk – das ist sowohl in Zeiten eines konjunkturellen Hochs wie auch einer konjunkturell schlechteren Zeit ein Garant für Stabilität und Beschäftigung. „Wer heute eine Ausbildung im Handwerk beginnt, legt die Basis für ein erfolgreiches berufliches Leben“, weiß Ludwig Paul, Hauptgeschäftsführer der Handwerkskammer für Unterfranken.

Herr Paul, wie entwickelt sich die Ausbildungssituation im unterfränkischen Handwerk?

Seit vier Jahren verzeichnen wir zum Ausbildungsstart Anfang September einen leichten Zuwachs an neu abgeschlossenen Lehrverträgen. Dennoch könnten es wesentlich mehr sein, wenn ich auf die vielen freien Ausbildungsstellen im unterfränkischen Handwerk blicke. Ende Oktober haben wir ein Plus von 3,4%, und das ist ein sehr guter Wert. Und ich bin optimistisch, dass wir auch zum Jahresende ein Plus an neuen Ausbildungsverträgen vermelden können.

Woher nehmen Sie diesen Optimismus?

Wir haben Ende Oktober über 90 neue Lehrverträge mehr eingetragen als im Vorjahr. Das ist schon eine ganze Menge. Vor allem in den Regionen Würzburg und Schweinfurt/Main-Rhön konnten wir richtig zulegen. Das trägt meinen Optimismus.

Sie sprachen auch davon, dass mehr Ausbildungsstellen hätten besetzt werden können. Können Sie das konkretisieren?

Natürlich. Wie in den vergangenen Jahren auch blieben zum Ausbildungsstart über 1.000 Ausbildungsstellen alleine in Unterfranken unbesetzt. Und schon jetzt finden sich in der Lehrstellenbörse der Handwerkskammer über 1.000 freie Stellen für den Ausbildungsbeginn im kommenden Jahr. Unser großes Ziel ist es, die Zahl der neuen Lehrverträge zu erhöhen und damit die Anzahl der unbesetzten Ausbildungsstellen zu minimieren. Denn eines ist klar: Wer heute eine Ausbildung im Handwerk beginnt, legt die Basis für ein erfolgreiches berufliches Leben.



Zum 31. Oktober 2019 verzeichnet die Handwerkskammer für Unterfranken insgesamt 2.801 neue Lehrverträge. Die Zeichen stehen gut, auch am Jahresende ein leichtes Plus zu erreichen. Dennoch bleiben weiterhin viele Lehrstellen im unterfränkischen Handwerk unbesetzt. Um die Attraktivität der beruflichen Bildung zu erhöhen brauche es neben einer finanziell gleichwertigen Förderung auch eine klare Strategie, wie junge Menschen für eine Karriere in der beruflichen Bildung begeistert werden können.

Foto: www.amh-online.de

Wie platzieren Sie diese Botschaft bei den jungen Menschen?

Da sind wir sehr differenziert aufgestellt. Zum einen durch die bundesweite Imagekampagne des deutschen Handwerks. Bayernweit durch die Nachwuchskampagne „Macher gesucht!“ Durch viele regionale Kampagnen aus unserem Haus und natürlich durch unsere engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die beraten, an Schulen gehen, auf Berufsinformationsmessen Präsenz zeigen und den jungen Menschen die vielen beruflichen Möglichkeiten, die das Handwerk bietet, aufzeigen. Dann natürlich die Kreishandwerkerschaften und Innungen, die Nachwuchswerbung



„Ich bin optimistisch, dass wir auch zum Jahresende ein Plus an neuen Ausbildungsverträgen vermelden können.“

Ludwig Paul
Hauptgeschäftsführer
der Handwerkskammer
für Unterfranken

betreiben, und die vielen, vielen Ausbildungsbetriebe, die sich um den eigenen Nachwuchs im Unternehmen kümmern.

Was sind Ihre Forderungen an die Politik, wenn Sie sich die Ausbildungssituation ansehen?

Unsere Forderungen sind nicht neu und sehr klar. Die berufliche Bildung muss mit der akademischen gleichgestellt werden. Da ist schon viel passiert in den vergangenen Jahren, aber es muss noch mehr Engagement geben. Gerade auch, was die finanzielle Förderung von Bildungseinrichtungen der beruflichen Bildung angeht. Wir brauchen auch endlich eine

klare Strategie, wie wir mehr junge Menschen von einer beruflichen Bildung überzeugen können. Wir haben schon heute einen enormen Fachkräftemangel. Zu unser aller Wohl sollte dieser nicht größer werden.

Was hat das für Folgen?

Wir erleben schon jetzt, dass es bei der guten konjunkturellen Lage im Handwerk nicht mehr so ganz einfach ist, schnell einen Handwerker zu finden. Spitzt sich der Fachkräftemangel zu, wird es noch schwieriger. Das wird dann nicht nur ein persönliches Problem des Auftraggebers, sondern ein gesellschaftliches. Dem müssen wir entgegensteuern.

KAMPAGNE

„Macher gesucht!“ verlängert

Bereits seit 2008 wirbt „Macher gesucht!“, die Nachwuchskampagne des bayerischen Handwerks, im Freistaat für die Ausbildungs- und Karrieremöglichkeiten im Handwerk. Die Kampagne wurde Ende Oktober von der Mitgliederversammlung des Bayerischen Handwerkstags erneut verlängert. „Macher gesucht!“ spricht Jugendliche vor allem über soziale Netzwerke wie Instagram, Snapchat, Facebook und Youtube an. Unter dem Hashtag „#echtecht“ zeigt die Kampagne dort, wie Handwerksberufe aussehen. Bestandteil der Kampagne ist auch eine WhatsApp-Sprechstunde, bei der Jugendliche per Smartphone ihre Fragen rund um das Thema Ausbildung im Handwerk stellen können. Dieser Informationskanal von „Macher gesucht!“ wird ständig weiterentwickelt. Zuletzt wurde die WhatsApp-Sprechstunde um einen so genannten Chatbot erweitert, der automatisch auf häufige Fragen antwortet. Jugendliche können über die WhatsApp-Sprechstunde zudem Nachrichten und Blogbeiträge abonnieren und sich so über Ausbildungsthemen informieren. Zentrale Plattform der Kampagne ist zudem die Webseite www.lehrlinge-fuerbayern.de. Dort finden Jugendliche neben zahlreichen Geschichten junger Handwerkerinnen und Handwerker auch Informationen zu allen Ausbildungsberufen, können nach freien Lehrstellen suchen oder herausfinden, welcher Beruf zu ihnen passt.

Starke Frau im Handwerk

„Starke Frauen - in der Vergangenheit und Gegenwart“ lautet der Titel eines Projektes der Schülerinnen der 11. Klasse am Würzburger Ursulinengymnasium. Eine starke Frau aus dem Handwerk stellte sich ihnen dabei Anfang November in einer Unterrichtsstunde vor. Sabine Schenk, Inhaberin von Oton Die Hörakustiker Würzburg GmbH, berichtete den Schülerinnen von ihrem beruflichen Werdegang. Sie zeichnete dabei ihren Weg über die Ausbildung, Weiterbildung zur Meisterin bis hin zum Schritt in die Selbstständigkeit nach. Die Gymnasiastinnen erfuhr Interessantes rund um die Ausbildung zur Hörakustikerin. Organisiert hatte den Termin Silke Waterstrat, Mitarbeiterin im Projekt Q-Net Handwerk der Handwerkskammer für Unterfranken. Als Jobstarter plus-Projekt aus Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung und des Europäischen Sozialfonds gefördert, kümmert sich Silke Waterstrat um die Ansprache leistungsstarker Schülerinnen und Schüler, um diesen die Ausbildungs- und Karrieremöglichkeiten im Handwerk näherzubringen.

Kontaktdaten und Informationen zum Projekt Q-Net Handwerk unter www.hwk-ufz.de/Q-Net-Handwerk

IMPRESSUM

Handwerkskammer für Unterfranken

Rennweger Ring 3
97070 Würzburg
Telefon 0931/30908-0
Fax 0931/30908-77
E-Mail: info@hwk-ufz.de
Internet: www.hwk-ufz.de
Verantwortlich: Hauptgeschäftsführer Ludwig Paul

Suchmaschinen-Optimierung für Betriebe

Online-Auffindbarkeit optimieren – Neukunden gewinnen

Das alte Bad der Oma ist in die Jahre gekommen und muss renoviert werden. Wer kann hierbei helfen? Für die Antwort auf diese Frage wird zum Smartphone gegriffen und die Suchmaschine bemüht. So oder ähnlich sieht bei vielen Verbrauchern heutzutage die Suche nach einem Handwerker aus. Für Betriebe, die für Kunden und potenzielle neue Kunden im Web gut auffindbar sein möchten, ist es daher essentiell, mit der eigenen Webseite auch gut in den Ergebnissen von Suchmaschinen platziert zu sein. Wie das geht? Suchmaschinenoptimierung ist das Stichwort. Diese lässt sich mit einfachen Schritten auch ohne finanziellen Aufwand umsetzen.

„Das Handwerk“ hat dafür einige Tipps zusammengestellt – eine Auswahl:

Was relevant ist

Wie die Nutzer suchen auch Suchmaschinen selbst nach Begriffen und Schlüsselwörtern in Webseite-Texten.

Ob eine Seite als Ergebnis relevant ist, kann die Suchmaschine nur wissen, wenn bestimmte Schlüsselwörter, sogenannte Keywords, in entsprechender Häufigkeit auf der Seite zu finden sind. Bei einem Handwerker sind dies zum einen Begriffe, die das Gewerk, z. B. Fliesenleger, benennen

und beschreiben, aber natürlich auch, was der Kunde sich an Dienstleistung vor Ort erhofft. Das könnte dann also zum Beispiel „Bad neu fliesen in Würzburg“ sein. Dabei geht es nicht darum, die wichtigen Begriffe einfach aneinanderzureihen. Der Text sollte sinnvoll und ansprechend sein, dabei helfen auch verwandte Begriffe und Umschreibungen der als zentral definierten Wörter.

Weitere wichtige Kriterien, um bei den Suchergebnissen ganz oben zu landen, sind beispielsweise auch die Fehlerfreiheit der Webseite, das heißt es sollte möglichst keine Verweise geben, die ins Leere laufen, sowie eine gute Verweildauer der Besucher. Die wird unter anderem durch eine

zielführende Menüstruktur und interessante Informationen erreicht.

Tipps per Newsletter

Ausführlichere Informationen und Anwendungstipps rund um Internet, Social Media und Digitalisierung sowie zur Imagekampagne des deutschen Handwerks liefert der Newsletter „Infos für Betriebe“.

In der aktuellen Ausgabe unter handwerk.de/infosfuerbetriebe gibt es noch weitere praktische Tricks zur Suchmaschinenoptimierung (kurz: SEO).

Anmeldung zum kostenlosen Newsletter „Infos für Betriebe“ online unter <http://handwerk.de/infosfuerbetriebe/anmeldung>

INFOS FÜR BETRIEBE

Unter dem Titel „Infos für Betriebe“ bietet „Das Handwerk“ einen kostenlosen Service-Newsletter an. Er informiert kurz und kompakt rund viermal jährlich über aktuelle Themen und Anwendungsmöglichkeiten der Imagekampagne. Zudem gibt es Tipps und Informationen für Unternehmen zu Online-Themen, Praxisbeispiele anderer Betriebe und Ideen für kostengünstige und effektive Eigenwerbung.