

Praxisbeispiel: „GenerationenWerkstatt“, Osnabrück

Fachkräftepotenziale für KMU erschließen

Die „GenerationenWerkstatt“ will KMU frühzeitig mit an-
gehenden Fachkräften in ihrer Region in Kontakt bringen.
Zielgruppe sind insbesondere Handwerksunternehmen aus
der Region Osnabrück-Emsland-Grafschaft Bentheim.
Die Grundidee ist, dass drei Generationen (die erfahrene, die
aktive und die kommende) miteinander in Kontakt kommen:
Angeleitet durch Ruheständler werden Schülern konkrete
Einblicke in Handwerksunternehmen vor Ort ermöglicht. Die

Schüler arbeiten über einen Zeitraum von mehreren Wochen
jeweils an einem Tag in der Woche aktiv an einem konkreten
Projekt im Unternehmen mit. Am Ende haben sie ein greifba-
res Ergebnis.

Dies stärkt bei den KMU das grundlegende Bewusstsein für
die Fachkräfte-Thematik und ermöglicht ganz konkrete Kon-
takte zwischen ihnen und dem Nachwuchs.

www.generationenwerkstatt.org

*„Wer die Betriebe überzeugen will, muss immer
am Ball bleiben und einen langen Atem haben.
Manchmal haben die Betriebe natürlich auch
Hochdruck in ihrem Tagesgeschäft. Wenn aber
die Überzeugungsarbeit einmal geleistet ist,
dann bleiben die Betriebe auch dabei.“*

Renate Beineke,
Botschafterin der GenerationenWerkstatt

*„Eine gute Pressearbeit ist auch wichtig. Für die Betriebe
ist das genial, denn sie werden dadurch bekannter und
es stärkt ihr Image. Und wenn diese Generationenwerk-
stätten, so wie es ja im Moment ist, laufend in der Zeitung
stehen und darüber berichtet wird, dann ist es für uns
auch leichter, die Betriebe zu gewinnen.“*



Aktivitäten und Ziele der GenerationenWerkstatt

- Schulen und Handwerksbetriebe werden zusam-
mengebracht, um gemeinsam Schülerprojekte
durchzuführen;
- Schüler sollen durch konkrete Tätigkeit erfahren,
wie handwerkliche Arbeiten professionell umge-
setzt werden;
- das Interesse an Ausbildungsberufen soll geweckt
werden;
- Unternehmen können ohne hohen zeitlichen und
personellen Aufwand teilnehmen, da ein bereits
im Ruhestand befindlicher Mitarbeiter die Projekte
mit den Schülern umsetzt.

Was sagen die KMU zum Angebot des Netzwerks?

Nachwuchs sehen und von ihm gesehen werden

- Anfangs war die Skepsis groß, doch die sehr gute Betreuung und das Gesamtkonzept des Netzwerks haben überzeugt.
- Das Bild des Handwerksberufs kann in besseres Licht gerückt werden, nicht zuletzt weil die Eltern der Schüler mit einbezogen werden .
- Durch Pressearbeit wird der Bekanntheitsgrad der Unternehmen gesteigert. Dies wird als großer Bonus wahrgenommen.
- Auch wenn die Projekte, besonders für Kleinstunternehmen, kostenintensiv sein können, wird der Aufwand als lohnend beschrieben.
- Unternehmen bekommen Einblicke, wie die junge Generation „tickt“ und wie man sie für das Handwerk begeistern kann.

„Was noch verbessert werden kann, ist das Nachfassen. Hier sollte das Projekt noch weiter begleiten, um die Wahrscheinlichkeit zu erhöhen, dass die Schüler auch tatsächlich in die Ausbildung kommen. Da fühlen wir uns etwas alleingelassen.“

„Das Projekt ist für uns als Unternehmen nicht sehr zeitintensiv, da die Zeit ja hauptsächlich vom Unruheständler aus der erfahrenen Generation investiert wird, der die Schüler begleitet.“

„Ich verspreche mir davon, dass ich natürlich irgendwann einen engagierten Auszubildenden akquirieren kann. Das ist klar, aber das kann ich nicht sofort erwarten.“

„Die Unternehmen können einiges aus dem Projekt lernen: Wie muss ich mit den jungen Leuten heute umgehen? Was muss ich ändern, um die jungen Leute zu begeistern? Es ist ein großer Vorteil, schon früh an die jungen Leute ranzukommen!“



Stimmen aus KMU,
die an der „GenerationenWerkstatt“ teilnehmen

Die GenerationenWerkstatt ist ein Projekt der Ursachenstiftung Osnabrück und Teil der bundesweiten Initiative „Männer für morgen“ des Neurobiologen Prof. Dr. Gerald Hüther. Ziel des Projektes ist es, KMU frühzeitig mit angehenden Fachkräften in ihrer Region in Kontakt zu bringen. Zielgruppe sind einerseits Handwerksunternehmen, andererseits Schüler im Alter von 12 bis 15 Jahren aus der Region Osnabrück-Emsland und der Grafschaft Bentheim. Partnerinstitutionen sind unter anderem die Handwerkskammer Osnabrück-Emsland-Grafschaft Bentheim, vier Kreishandwerkerschaften, der Landkreis Osnabrück und das Netzwerk Bildung Osnabrück. Diese Institutionen bilden zusammen mit den teilnehmenden Schulen und den Unternehmen ein Netzwerk innerhalb des Projekts.

Die Grundidee des Projekts ist, dass drei Generationen (die erfahrene, die aktive und die kommende) miteinander in Kontakt kommen: Angeleitet durch erfahrene Personen (meist Handwerker im Ruhestand) werden Schülern Einblicke in Handwerksunternehmen vor Ort ermöglicht. Die Schüler arbeiten über einen Zeitraum von mehreren Wochen jeweils an einem Tag pro Woche aktiv an einem konkreten Projekt im Unternehmen mit. Am Ende der Projektarbeit haben sie ein greifbares Ergebnis.

Diese Verbindung der drei Generationen, so das Ziel des Projekts, soll auf Seiten der KMU das grundlegende Bewusstsein für die Fachkräftethematik stärken und ganz konkrete Kontakte zwischen ihnen und dem Nachwuchs ermöglichen. Den Schülern möchte das Projekt die Chance bieten, das Interesse für Handwerksberufe zu wecken und eine Bindung zu einem Betrieb in der Region zu initiieren. Für die Unternehmen soll die Teilnahme mit möglichst geringem zeitlichen und personellen Aufwand verbunden sein; dazu soll insbesondere beitragen, dass ein bereits im Ruhestand befindlicher Mitarbeiter für die Umsetzung des Projekts mit den Schülern gewonnen wird. Ein teilnehmender Unternehmer hat dies in einem Interview so beschrieben:

„Das Projekt ist für uns als Unternehmen nicht sehr zeitintensiv, da die Zeit ja hauptsächlich vom ‚Unruhestandler‘ aus der erfahrenen Generation investiert wird, der die Schüler begleitet.“

Die Koordinatorin der Initiative, Frau Renate Beineke, berichtet, dass anfänglich viel Überzeugungsarbeit bei den Betrieben geleistet werden musste, dass sich diese aber mit der Zeit ausgezahlt habe:

„Wer die Betriebe überzeugen will, muss immer am Ball bleiben und einen langen Atem haben. Manchmal haben die Betriebe natürlich auch Hochdruck in ihrem Tagesgeschäft. Wenn aber die Überzeugungsarbeit einmal geleistet ist, dann bleiben die Betriebe auch dabei.“

Auch Betriebe berichten, dass anfangs die Skepsis gegenüber der Idee groß gewesen sei, dass aber die gute Betreuung und das Gesamtkonzept des Netzwerks überzeugen konnten. Hierzu trage auch die intensive Pressearbeit bei, die laut Renate Beineke sowohl von den teilnehmenden Betrieben sehr positiv bewertet werde als auch eine gute Werbung für neue Teilnehmer sein könne:

„Eine gute Pressearbeit ist wichtig. Für die Betriebe ist das genial, denn sie werden dadurch bekannter und es stärkt ihr Image. Und wenn diese GenerationenWerkstätten, so wie es ja im Moment ist, laufend in der Zeitung stehen und darüber berichtet wird, dann ist es für uns auch leichter, die Betriebe zu gewinnen.“

Ein weiterer positiver Effekt des Projekts aus Sicht der Unternehmen ist, dass insgesamt das Bild des Handwerksberufs durch das Projekt sowohl bei der jüngeren (teilnehmenden) Generation, aber auch insgesamt nach außen in ein besseres Licht gerückt werde und dass andererseits auch die Unternehmen durch die Zusammenarbeit mit den Schülern und Schulen Einblicke bekämen, wie die junge Generation „tickt“ und wie man sie für das Handwerk begeistern könne:

„Die Unternehmen können einiges aus dem Projekt lernen: Wie muss ich mit den jungen Leuten heute umgehen? Was muss ich ändern, um die jungen Leute zu begeistern? Es ist ein großer Vorteil, schon früh an die jungen Leute ranzukommen!“

Verbesserungspotenzial wird noch hinsichtlich der längerfristigen Begleitung der Unternehmen durch die GenerationenWerkstatt gesehen:

„Was noch verbessert werden kann, ist das Nachfassen. Hier sollte das Projekt noch weiter begleiten, um die Wahrscheinlichkeit zu erhöhen, dass die Schüler auch tatsächlich in die Ausbildung kommen. Da fühlen wir uns etwas alleingelassen.“

Auch wenn es sich bei der GenerationenWerkstatt nicht um ein Fachkräftenetzwerk im klassischen Sinne handelt, sondern eher um eine projektbezogene Zusammenarbeit einzelner Unternehmen und Institutionen, so zeigt das Praxisbeispiel doch sehr gut, wie die Einbindung von KMU in die Aktivitäten einer Fachkräfteinitiative gelingen kann. Vor allem die konkrete Teilnahme der KMU an dem Projekt und der unmittelbare Nutzen, der durch den direkten Kontakt mit den zukünftigen Fachkräften entsteht, machen die Mitwirkung für die Unternehmen sehr sinnfällig und nachvollziehbar. Gleichzeitig werden die KMU für die Thematik weiter sensibilisiert. Auch auf Seiten der künftigen Fachkräfte gibt es einen Nutzen, indem das Bewusstsein für die berufliche Ausbildung und das Handwerk gestärkt werden. Vorteilhaft ist, dass für die teilnehmenden Unternehmen nur ein relativ überschaubarer Aufwand entsteht, da auch die „erfahrene Generation“ teilnimmt.

Hinweis:

Eine Langfassung und eine Kurzfassung der 1. Themenstudie – KMU als Partner regionaler Fachkräftenetzwerke finden Sie hier: <http://www.fachkraeftebuero.de/publikationen/>

Informationen:

Zahlreiche regionale Netzwerke und Initiativen zur Fachkräftesicherung versuchen seit einigen Jahren verstärkt, auch kleine und mittlere Unternehmen (KMU) mit ihren Aktivitäten anzusprechen. Die erste Themenstudie des Innovationsbüros zeigt, inwieweit KMU bereits heute in diese Fachkräftenetzwerke eingebunden sind, was die Netzwerke für sie attraktiv macht und wie KMU angesprochen und zur Teilnahme motiviert werden können.

Die Ursachenstiftung wurde gebeten, sich an der Befragung für die 1. Themenstudie – KMU als Partner regionaler Fachkräftenetzwerke zu beteiligen. Auch drei Unternehmen aus Osnabrück dem Emsland und der Grafschaft Bentheim beteiligten sich an der Befragung.

Autor der Studie:

Institut für angewandte Wirtschaftsforschung e.V. an der Universität Tübingen
Projektleiter Dr. Andreas Koch

Innovationsbüro Fachkräfte für die Region:

Das Innovationsbüro Fachkräfte für die Region wurde im Jahr 2011 vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) im Rahmen der Fachkräftestrategie der Bundesregierung initiiert. Es ist als Projektbüro bei der DIHK Service GmbH des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK e. V.) angesiedelt.

Das Büro unterstützt und berät regionale Netzwerke und Initiativen zur Fachkräftesicherung bei Fragen der Gründung oder zur Netzwerkorganisation und -arbeit. Im Auftrag des Ministeriums organisiert es Tagungen, Erfahrungsaustauschkreise und Workshops, macht gute Praxisbeispiele öffentlich und qualifiziert Mitglieder der Netzwerke durch Lehrgänge.