



Berufsjugendlich

Text: Marion Pely; Fotos: BMW AG, Fotograf Martin Klindworth

Die Jugend von heute hat ein latentes Problem überhaupt erst einmal berufliche Vorstellungen zu entwickeln. Doch es gibt kreative und effiziente Strategien diesem Trend entgegen zu wirken. Die beispielhafte Nachwuchsarbeit der BMW-Niederlassung Leipzig steht exemplarisch dafür.

Am 9. Mai zog ein Verein namens „perspektive b“ in seinen Vereinsräumen in der Rosa-Luxemburg-Straße 19/21 Bilanz über seine Arbeit im vergangenen Jahr. Perspektive b ist einer von vielen Vereinen und Initiativen, die Jugendlichen den Start ins Berufsleben erleichtern und bietet dafür verschiedene Aktivitäten an über Bewerbertraining, die Erstellung von Bewerbermappen bis hin zur Suche nach geeigneten Berufen und deren Anforderungen. Das, so zeigt die Diskussion an diesem Nachmittag, stößt oft an Grenzen, vor allem dort, wo Jugendliche keine beruflichen Vorstellungen haben und die klassischen Berufsbilder, die früher

noch von Generation zu Generation weiter gereicht wurden, nicht mehr gelten.

Die rasante Entwicklung der Arbeitswelt zeigt Wirkung in der Ratlosigkeit einer Jugend über mögliche berufliche Entwicklungsrichtungen. Jugendliche, darüber sind sich die Anwesenden einig, müssen mehr über die moderne Arbeitswelt erfahren. Und erfahren bedeutet dabei weit mehr, als nur mit Informationen abgefutert zu werden.

Die rasante Entwicklung der Arbeitswelt zeigt Wirkung in der Ratlosigkeit der Jugend über Entwicklungsmöglichkeiten.

Ein sehr schönes Beispiel dafür ist der von verschiedenen Ministerien und Bundesverbänden bundesweit jährlich organisierte Girls' Day. Hier bekommen Mädchen die Möglichkeit, in für Frauen eher un-

typische Berufe hineinzuschnuppern. Allein im BMW Werk Leipzig haben fast 140 Mädchen dieses Angebot angenommen. BMW Leipzig verweist mit Stolz darauf, dass trotz eines hohen Anteils an gewerblich-technischer Arbeit der Frauenanteil bei den Azubis mit 40 Prozent weit über dem Durchschnitt in vergleichbaren Unternehmen auf Bundesebene liegt.

Die Mädchen beim Girls' Day jedenfalls sind begeistert. Laura (14) findet den Rundgang „total cool“, vor allem als sie mit einem Industrieroboter Luftballons zerstechen und so seine Funktionsweise ausprobieren dürfen. Nicole (14) ist beeindruckt, weil die Azubis dort alle „total nett“ sind. Das sei ein wichtiges Prinzip bei BMW, erklärt dazu Michael Janßen, der Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Leipziger BMW Werkes. „Wenn die Azubis selbst den Jugendlichen

den Ablauf eines Ausbildungstages, Ausbildungsinhalte und Arbeitsabläufe erklären, erreicht das die Jugendlichen eher, als wenn jemand im Fachjargon über ihre Köpfe hinweg redet.“

Deswegen ist der Girls' Day nicht das einzige Angebot, das BMW im Interesse der Suche nach qualifiziertem Nachwuchs in dieser Weise realisiert. Jährlich finden jeweils zwei Praktikantenmessen und eine Schülerfachmesse statt. Bei der Praktikantenmesse ist das Ziel, Studierenden

Möglichkeiten und Arbeitsfelder für Praktika zu offerieren. Problematisch ist dabei, dass in den Studiengängen, vor allem in den entsprechenden Bachelor-Durchläufen, die Zeiten für Pflichtpraktika immer mehr gekürzt werden und damit die Effektivität in Frage gestellt ist - denn zweifellos sind die Einblicke in die praktische Arbeit

„Es ist toll zu beobachten, wie die Jugendlichen sich gegenseitig motivieren.“

Vera Wiegand,
Personalabteilung
BMW Leipzig

Möglichkeiten und Arbeitsfelder für Praktika zu offerieren. Problematisch ist dabei, dass in den Studiengängen, vor allem in den entsprechenden Bachelor-Durchläufen, die Zeiten für Pflichtpraktika immer mehr gekürzt werden und damit die Effektivität in Frage gestellt ist - denn zweifellos sind die Einblicke in die praktische Arbeit

FRIZZ Juni 2008

In absehbarer Zeit wird es mehr Ausbildungsplätze als Jugendliche geben. Dann werden Unternehmen um den besten Nachwuchs kämpfen. BMW Leipzig tut es heute schon. 140 Mädchen haben dort das Girls' Day-Praktikumsangebot angenommen.

Paradox: Immer mehr Jugendliche haben keinerlei Vorstellung davon, was sie in der Berufswelt erwartet und welche Anforderungen sie dafür erfüllen müssen.



in sechs Monaten erheblich umfassender als in nur zwei Monaten.

Eines der wichtigsten Angebote aber ist die Schülerfachmesse, die dieses Jahr am 24. Juni statt findet und Berufsbilder vermittelt, über die oft auch die Eltern der Schüler nichts mehr wissen. Auch hier ist das oberste Gebot, dass für die Schüler die wichtigsten Ansprechpartner die Azubis selbst sind. „Überhaupt ist es toll zu beobachten“, findet Vera Wiegand von der Personalabteilung des BMW Werkes Leipzig, „wie die Jugendlichen sich gegenseitig motivieren, einan-

der mitziehen und sich daraus ein Berufsstolz entwickelt, den sie weitergeben.“

Auch beim Einstiegsqualifizierungsprogramm der ARGE, an dem sich BMW beteiligt, wird das sichtbar. Jugendliche, die auf dem ersten Bewerbungsweg gescheitert sind, erhalten hier die Möglichkeit, ein Jahr lang in eine Art Vorausbildung aufgenommen zu werden, in dem sie auch besonders pädagogisch betreut werden. Die Erfolgsquote liegt bei 50 Prozent, das heißt, die Hälfte dieser Jugendlichen kann nach Beendigung

dieses Jahres den normalen Ausbildungsweg bei BMW beschreiten.

Nicht alle Unternehmen agieren so vorausschauend. „Dabei ist doch abzusehen“, meint Michael Janßen, „wann es mehr Ausbildungsplätze als Jugendliche geben wird“. Da werden die Unternehmen künftig um den besten Nachwuchs kämpfen müssen. So ist es doch eine paradoxe Situation, dass auf der einen Seite die Unternehmen händeringend qualifizierten Nachwuchs suchen und auf der anderen Seite immer mehr Jugendliche keinerlei Vorstellung davon

haben, was sie in der Berufswelt erwartet und welche Anforderungen sie dafür erfüllen müssen.

Auch die Vereinsvorsitzende der perspektive b, Petra Kieseling, wünscht sich viel mehr gemeinsame Aktivitäten zwischen den vielen Initiativen und Vereinen, die sich für dieses Thema engagieren, und den Unternehmen, bei denen in absehbarer Zukunft Nachwuchs sorgen Auswirkungen zeigen werden. Sie hier als Schnittstelle zu verstehen zwischen den Jugendlichen und den Unternehmen ist wichtiges Anliegen. Warum also nicht Aktivitäten bündeln, gemeinsame Ziele gemeinsam verfolgen und neue Perspektiven für Jugendliche schaffen - vielleicht ja auch die Perspektive BMW!

Schülerfachmesse bei BMW am 24. Juni 2008, Anmeldung unter www.bmw-werk-leipzig.de