

Nachwuchswerbung und Fachkräftesicherung in der Agrarbranche

Neue digitale Wege nutzen!

Franziska Schmieg

Die Grünen Berufe konnten 2020 mit einer positiven Entwicklung bei den Ausbildungsverträgen punkten. Bundesweit wurden insgesamt 13.386 neue Ausbildungsverträge abgeschlossen, ein Plus von 450. Dies ist insbesondere vor dem pandemiebedingten „einzigartigen Rückgang der Ausbildungsverträge“ (Destatis) in den anderen Branchen hervorzuheben.

Hat die Klimadebatte Auswirkungen auf die Berufswahl?

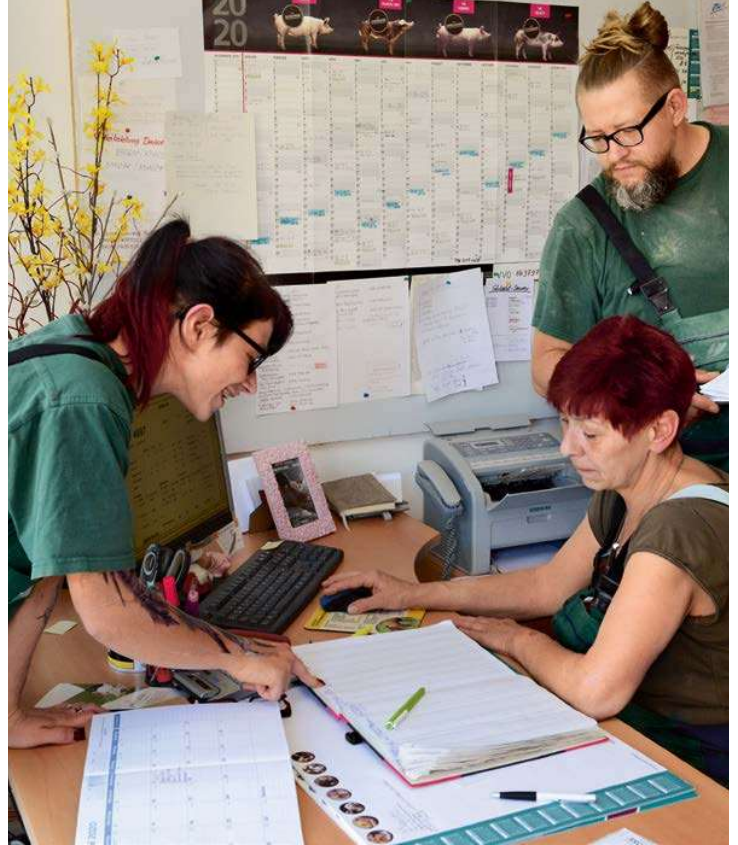
Im Zuge der intensiven Diskussion über Klimaschutz und Nachhaltigkeit hat das Institut der deutschen Wirtschaft (IW) in Köln untersucht, inwiefern die Grünen Berufe für die Berufswahl attraktiver werden. So meint Dirk Werner, Leiter des Kompetenzzentrums Fachkräftesicherung im IW: „Die überdurchschnittliche Entwicklung in den grünen Berufen könnte ein Effekt der intensiveren Diskussion um Klima- und Umweltschutz und Nachhaltigkeit sein.“

Ob dieser Trend sich nachhaltig fortsetzt, muss abgewartet werden. Denn die Gründe für oder gegen eine Ausbildung sind vielseitig und das Berufswahlverhalten zwischen den Jahrgängen ändert sich nur allmählich. Aus diesem Grund ist bei der Interpretation der aktuellen Entwicklung Vorsicht geboten, da sie nicht ausschließlich auf die aktuelle Klimadebatte zurückzuführen ist.

Mehr Auszubildende ohne familiären Hintergrund

Ein Trend, der sich seit Jahren fortsetzt, ist die steigende Anzahl der Auszubildenden ohne familiären Hintergrund. Mittlerweile kommen 50 Prozent der Auszubildenden in der Landwirtschaft nicht mehr von einem Bauernhof. Und der Anteil der weiblichen Auszubildenden steigt ebenso stetig an, inzwischen liegt dieser bei knapp 20 Prozent im Beruf Landwirtin.

Das ist für die Betriebe bei der Ansprache und Gewinnung von potenziellen Auszubildenden relevant. An einem aktiven Ausbildungsmarketing führt kein Weg vorbei. Neben den bewährten Aktivitäten wie die Zusammenarbeit mit Schulen vor Ort, inklusive des Angebots von Schülerpraktika, die Teilnahme an regionalen Berufsorientierungsmessen und Aktionstagen wie Girls' Day und die Nutzung des



Internets zur Darstellung des Ausbildungsplatzangebots, sollten auch neue kreative Maßnahmen ausprobiert werden, um potenzielle Auszubildende anzusprechen.

Mit 360°-Video und VR-Brille punkten

Die Berufsverbände und Kammern unterstützen mit einem modernen Berufsmarketing. Ziel der vielfältigen Aktivitäten ist es, Informationen über die Grünen Berufe wirksam und modern an die entsprechende Zielgruppe zu kommunizieren. Dies funktioniert z. B. mit Virtual Reality und 360°-Videos. Interessierte Schülerinnen und Schüler können über die Kooperation mit DEIN ERSTER TAG die Auszubildenden Jasmin und Georg bei ihrem abwechslungsreichen Arbeitstag auf dem Milchviehbetrieb von Lothar und Markus Feucht in Baden-Württemberg begleiten. Vom Futtermischen am Morgen über das Ausmisten und Kälbertränken, die Kontrolle des Melkroboters bis hin zur Bodenbearbeitung am Nachmittag bekommen die Schülerinnen und Schüler die wichtigsten Aspekte der Berufsausbildung Landwirt/in gezeigt.

Virtual Reality-Brillen bei Bildungsmessen bieten Einblicke in die Landwirtschaft.

Foto: Lucrezia Carnelos/Unsplash





Auch der persönliche Kontakt zwischen Ausbildern und Auszubildenden spielt eine wichtige Rolle für eine erfolgreiche Berufsausbildung.

Fotos: Foto-Zentrum Leipzig/
BW Bildung und Wissen



Der Mix macht's

Digitale Wege der Berufsinformation haben durch die Corona-Pandemie deutlich an Bedeutung gewonnen. Dennoch bleiben echte und direkte Begegnungen wie Unterrichtsbesuche, Betriebsbesuche und -praktika für die ganz große Mehrheit der jungen Menschen besonders wichtig. Hier können sich Ausbildungsverantwortliche und Verbände gut ergänzen.

Wie lässt sich die Motivation der Auszubildenden fördern und erhalten?

Die betriebliche Ausbildung ist und bleibt das wichtigste Mittel zur Deckung des Fachkräftebedarfs. Neben der Frage, wie ausreichend Auszubildende gefunden werden, ist das Halten der Fachkräfte eine weitere Herausforderung. Die Herausforderung „Fachkräftegewinnung“ hängt von den Betriebsstrukturen ab und ist in Ost, West, Nord und Süd keinesfalls gleich. So sind in Brandenburg weniger als 20 Prozent der Beschäftigten in der Landwirtschaft „Familienarbeitskräfte“; in Niedersachsen ca. 50 Prozent, in Bayern 75 Prozent.

Zwei Vorteile hat die Nutzung von Virtual Reality-Brillen in der Ansprache: Die Schülerinnen und Schüler tauchen virtuell vom Klassenzimmer oder vom Messestand direkt in den hochmodernen Boxenlaufstall ein. Landwirtschaft wird so unmittelbar erlebbar. Zum anderen hat die Virtual Reality nach wie vor eine magnetische Wirkung und zieht auch Schülerinnen und Schüler an, die sich nicht spontan für das Berufsbild Landwirt/in interessieren. Die Virtual Reality wird zukünftig an über 4.000 Schulen in Deutschland und auf Berufsmessen genutzt, um einen ersten Eindruck zum Beruf Landwirt/in zu vermitteln und Interesse für die Grünen Berufe zu wecken.

Berufsinformation über Social Media immer wichtiger

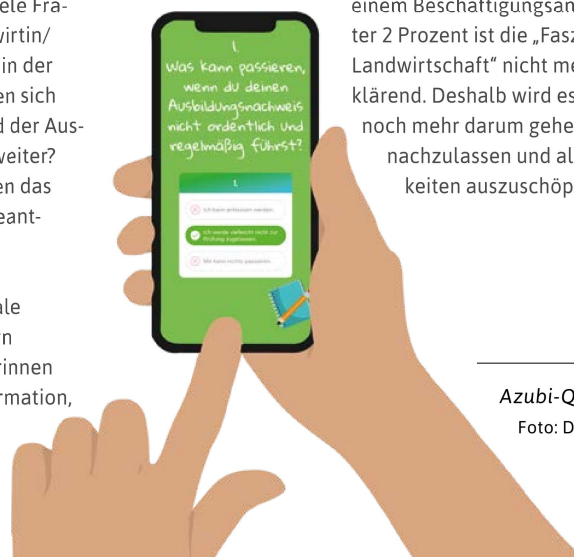
Neben Virtual Reality spielen die sozialen Medien eine zentrale Rolle im Berufsmarketing der Verbände. Nicht nur KrassGrün, die Nachwuchskampagne des DBV, auch die Kanäle der Landesbauernverbände und Landwirtschaftskammern sind auf Instagram aktiv, um mit Storys, Reels und IGTV für die Grünen Berufe zu werben. Denn interessierte Schülerinnen und Schüler haben viele Fragen: Wie genau sehen die Aufgaben einer Landwirtin/eines Landwirts aus? Was macht die Ausbildung in der Landwirtschaft einzigartig und wie unterscheiden sich die einzelnen Berufe? Was verdiene ich während der Ausbildung – und wie geht es nach der Ausbildung weiter? Am authentischsten und glaubwürdigsten können das die Azubi-Blogger und Auszubildenden selbst beantworten.

Vor allem in der Corona-Pandemie hat die digitale Berufsinformation bei Schülerinnen und Schülern stark zugenommen. Über ein Viertel der Schülerinnen und Schüler nutzte Instagram für die Berufsinformation, so die KOFA-Studie 2/2021.

Ein junger Mensch, der in Brandenburg Landwirt/in lernt, begibt sich zukünftig also in eine Arbeitnehmersituation. Neben dem Berufsimagen spielt für ihn eine attraktive Ausbildung eine wichtige Rolle. Interessante Ausbildungsinhalte sind hier genauso wichtig wie faire Arbeitsbedingungen, eine angemessene Ausbildungsvergütung, eigenverantwortliches Arbeiten und eine gute Feedbackkultur im Betrieb.

Einmal gewonnen, ist es wichtig, ArbeitnehmerInnen frühzeitig langfristig an den Betrieb zu binden. Auch hier sind Kommunikation, ein wertschätzender Umgang, ein gutes Betriebsklima, die Übertragung von verantwortungsvollen und herausfordernden Aufgaben, die Möglichkeit zur persönlichen Entwicklung und eine angemessene Bezahlung wichtige Faktoren.

Die Fachkräftesicherung ist nicht nur einzelbetrieblich, sondern auch für die gesamte Branche von Bedeutung. Bei einem Beschäftigungsanteil von unter 2 Prozent ist die „Faszination Landwirtschaft“ nicht mehr selbsterklärend. Deshalb wird es zukünftig noch mehr darum gehen, nicht nachzulassen und alle Möglichkeiten auszuschöpfen.



Azubi-Quiz auf Instagram

Foto: DBV und Wallusy/pixabay