

# Nachwuchswerbung: Drei Wege – drei Erfolge

Franziska Schmiege

**Die Nachwuchsgewinnung ist in der anhaltenden Coronakrise nicht leichter geworden. Im Gegenteil: Berufsorientierungsmessen und Schulbesuche finden nicht statt, Schnupper-Praktika werden abgesagt. Dennoch benötigen die Betriebe Nachwuchskräfte und bilden weiter aus. Ein Vorteil: Die Landwirtschaft ist systemrelevant, und damit bietet die berufliche Ausbildung in den 14 Grünen Berufen eine sehr gute Zukunftsperspektive.**

**D**och die Suche nach Mitarbeitern ist nicht einfach und die Betriebe müssen sich einiges einfallen lassen, um Auszubildende und Fachkräfte zu gewinnen. Viele Betriebe haben das verinnerlicht und bilden selbst aus. Entscheidend ist, dass die Betriebe aktiv auf die Zielgruppe zugehen und sich als Ausbildungsbetriebe „vermarkten“. Wir zeigen drei Beispiele, wie moderne und authentische Nachwuchswerbung auch in Corona-Zeiten gelingen kann.

## Per Videobotschaft zum neuen Azubi

Die Partnerbetriebe im Ausbildungsnetzwerk Südbrandenburg gehen seit diesem Ausbildungsjahr per Videoclip auf Azubisuche. Um neue Azubis zu finden, wirbt die Milchgut Görldorf GmbH und die AWO Reha Gut Kemnitz GmbH mit dem größten und modernsten Melkkarussell in Europa und den „dicksten“ Kartoffeln in Brandenburg. Das Versprechen „Jeder ist wichtig und wird nach seinen Talenten eingesetzt“ gehört genauso zum Marketing wie die Rubrik „wir bieten dir“ z. B. Abwechslung, modernste Technik und starke Unterstützung vom gesamten Team. Zu einer offenen Ansprache gehören aber auch die Erwartungen an die Auszubildenden, z. B. Leidenschaft für Tiere, Verantwortung übernehmen, Eigeninitiative und vollen Einsatz. Ebenso müssen die „No Gos“ angesprochen werden: Unpünktlichkeit, Unzuverlässigkeit, Angst vor großen Tieren und schlechte Laune.

## Humor und Empathie überzeugen

Die 2-Minuten-Clips zeigen mit Humor und persönlicher Note, was den Ausbildungsbetrieb besonders macht und warum man sich als Jugendliche dort bewerben sollte. Und das mit Erfolg: Neben der großen Aufmerksamkeit in den sozialen Medien konnten die beiden Betriebe mit den Clips tatsächlich Auszubildende finden.



Um freie Ausbildungsstellen zu bewerben, kann es auch sinnvoll sein, auf Plattformen außerhalb der landwirtschaftlichen Branche aktiv zu sein. Mit Unterstützung des Deutschen Bauernverbandes bewerben die Bauerngenossenschaft Dahme e. G. und die Landboden Bronkow Agrar GmbH ihre freien Stellen auf der größten Ausbildungsplattform Ausbildung.de und konnten so in den ersten drei Wochen bereits 300 Aufrufe und 5 Bewerbungen generieren. Unterstützung beim Ausbildungsmarketing erhalten die Betriebe des Ausbildungsnetzwerks Südbrandenburg von den Mitarbeiterinnen des Kreisbauernverbandes Borjana Dinewa-Zelt und Dagmar Petschick.

## Mit WhatsApp zur Ausbildung

Normalerweise ist Thea von Hartz mit Ausbildungsberatern und Azubis aus Mecklenburg-Vorpommern auf drei überregionalen und weiteren regionalen Ausbildungsmessen im Land unterwegs, um über eine Ausbildung in den

*Entscheidend ist, dass die Betriebe aktiv auf die Zielgruppe zugehen und sich als Ausbildungsbetriebe „vermarkten“. Dabei sind der Fantasie keine Grenzen gesetzt und die sozialen Medien bieten vielseitige Möglichkeiten.*





14 Grünen Berufen in Mecklenburg-Vorpommern zu informieren. Da dies zurzeit nicht möglich ist, bietet der Bauernverband seit Juni eine individuelle Berufsberatung über WhatsApp an. So können interessierte Jugendliche und Eltern schnell und unkompliziert Fragen zur Berufsausbildung stellen oder einen Ausbildungsplatz suchen. Das Angebot wird gut angenommen, da es der Zielgruppe leichter fällt, eine WhatsApp zu tippen, als ein Telefonat zu führen oder eine E-Mail zu schreiben. In der Hochphase der Ausbildungsplatzsuche im Juni/Juli kamen 10 Chats pro Tag an, auch am Wochenende. Ergänzt wird das Beratungsangebot durch kurze Videoclips, die von jungen Berufstätigen des Verbandes unter dem Hashtag #GenerationF1 gedreht werden und erklären, warum junge Landwirte, Tierwirte und Fachkräfte Agrarservice ihren Beruf gern ausüben. Wer sich hat überzeugen lassen und sich auf die Suche nach einem Praktikums- oder Ausbildungsplatz in Mecklenburg-Vorpommern macht, findet im Karriereforum auf der Bauernverbandswebseite vielleicht einen passenden Platz.

### Attraktive Ausbildung punktet

Die beste Werbung für eine Ausbildung in einem Betrieb sind zufriedene Azubis! Genau das haben sich die sechs landwirtschaftlichen Unternehmen im Ausbildungsverbund Mittelsachsen schon 2008 bei der Gründung ihres Ausbildungsverbundes gedacht und in die Qualität der dualen Ausbildung und eine zentrale Ansprechpartnerin für die Azubis investiert. „Unsere Azubis haben die Möglichkeit, während ihrer Ausbildung in drei Partnerbetrieben zu lernen. Ob konventionell oder bio, Rind, Schwein, Geflügel, Biogas, Getreide und Kartoffeln, Melken automatisch oder Melkkarussell – die Vielfalt ist möglich, und schon in der Ausbildung können die jungen Leute schauen, was ihnen am besten gefällt.“ So erklärt Lehrausbilderin Kathleen Haubold das Konzept der Ausbildung im Ausbildungsverbund Mittelsachsen. Neben unterschiedlichen Arbeitsabläufen, verschiedener Landtechnik und unterschiedlichen Teams lernen Azubis so auch Flexibilität. Um potenzielle Azubis schon früh für eine Ausbildung in unseren Unternehmen zu begeistern, laden wir regelmäßig Kitas und Schulen auf unsere Betriebe ein. Für die älteren Schülerinnen und Schüler sind Ausbildungsmessen und Schüler-

*Nachwuchsgewinnung ist kein Selbstläufer. Vielmehr steht die Landwirtschaft im harten Wettbewerb um gute junge Auszubildende. Mit einem modernen Betrieb und einer intensiven Azubibetreuung kann man bei den jungen Menschen punkten.*

Fotos: Foto-Zentrum Leipzig/BW Bildung und Wissen

praktika ein Muss, weiß Haubold, die betont: „Das war in diesem Jahr etwas schwierig, aber mit Auflagen haben wir auch Praktika angeboten.“

### Vergütung, Arbeitszeiten und Benefits überzeugen

Jedes Jahr kann der Ausbildungsverbund bis zu 10 neue Ausbildungsplätze besetzen. Diese werden nicht nur auf der eigenen Webseite, sondern auch auf den einschlägigen Portalen, z. B. des Arbeitsamtes, beworben. Um als attraktiver Arbeitsplatz zu gelten, ist vor allem eine angemessene Vergütung wichtig, aber auch flexible Arbeitszeiten und weitere Benefits für Azubis. Haubold wörtlich: „Wir bieten regelmäßig Lehrunterweisungen und Prüfungsvorbereitungen an, zu denen sich alle Azubis zentral treffen.“ Auch die gemeinsame Teilnahme am Jungzüchter- oder an Melkwettbewerben, an Feldtagen oder die Beratung zu Fortbildungsmöglichkeiten schätzen die Azubis sehr.

### Den Königsweg immer wieder neu denken

Die drei Beispiele – es gibt noch viele mehr – zeigen, dass es auch in Zeiten von Corona, demographischem Wandel und Fachkräftemangel möglich ist, gute Mitarbeiter zu gewinnen. Es sind jedoch kreative Maßnahmen und ein Umdenken gefragt. Um junge und gut ausgebildete Arbeitskräfte für die Betriebe zu gewinnen, ist die duale Ausbildung nach wie vor der Königsweg. Einmal gewonnen, ist es wichtig, junge Leute früh langfristig an den Betrieb zu binden. Eine gute Kommunikation mit dem Ausbilder, der Austausch mit anderen Azubis oder die Unterstützung bei Lernschwierigkeiten können genauso helfen wie zusätzliche Leistungen, z. B. die Teilnahme an Lehrgängen und Schulungen, der Traktor-Führerschein und eine flexible Gestaltung der Arbeitsbedingungen.