

Von der Lehrlingswerbung bis zur Einstellung



Projektarbeit für:

**Lehrlingsausbildungsakademie
Ausgezeichneter Lehrlingsausbilder**

Verfasser:

Markus Moosmann

Coach:

Mag. (FH) Sabine Riedesser

Eingereicht:

Juli 2004

Inhaltsverzeichnis

1.	Die SPAR AG stellt sich vor	1
2.	Ausgangssituation	3
3.	Zielsetzung	3
4.	Vorgehensweise	4
5.	Verschiedene Möglichkeiten der Lehrlingswerbung	5
5.1.	Die Werbebroschüre	5
5.2.	Das Motivplakat	5
5.3.	Die Schule	6
5.4.	Die Berufsinformationstage	6
5.5.	Die Schnupperlehre	7
5.6.	Das Arbeitsmarktservice	7
5.7.	Die Wirtschaftskammer	8
5.8.	Internetauftritt	8
5.9.	Inserate	9
5.10.	Werbung im persönlichen Bekanntenkreis	10
6.	Zeitpunkt der Lehrlingswerbung	10
7.	Kriterien für die positive Lehrlingseinstellung	11
7.1.	Zeugnisse und Lebenslauf	11
7.2.	Bewerbungsunterlagen	11
7.3.	Aufnahmegespräch	11
7.4.	Der Lehrlingsaufnahmetest	12
7.4.1.	Rechnen (Umgang mit Zahlen)	12
7.4.2.	Rechtschreibung	12
7.4.3.	Allgemeinbildung	12
8.	Checkliste für eine organisierte Lehrlingseinstellung	14
9.	Fazit	15

1. Die SPAR AG stellt sich vor

Die SPAR-Österreich wurde im Jahre 1954 durch Herrn KR Hans F. Reisch (Kufstein) als freiwillige Handelskette, dies ist ein Zusammenschluss selbständiger Großhandelsunternehmer mit selbständigen Einzelhandelskaufleuten, gegründet.

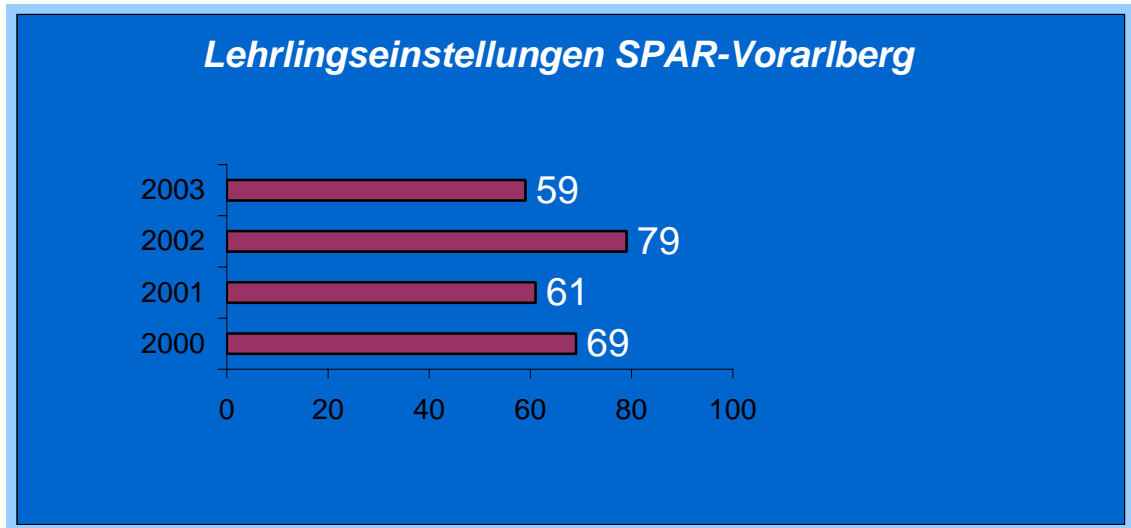
Im Jahre 1970 erfolgte die Fusion der 10 SPAR Großhandelsunternehmen zur SPAR-ÖSTERREICHISCHEN-WARENHANDELS AG. Von den Zweigniederlassungen aus erfolgt die gesamte Betreuung der Filialstandorte und SPAR-Kaufleute. Dies umfasst die Ladenplanung, Schulungen, Verkaufsberatung und einiges mehr.

Die Zweigniederlassungen in den Bundesländern dienen zur Belieferung der Spar-, Eurospar- und Intersparmärkte in der jeweiligen Region. Je nach Geschäftstyp werden verschiedene Produkte aus den Bereichen Lebensmittel und Nonfood angeboten. In einem Intersparmarkt werden beispielsweise ca. 40.000 Artikel für den Kunden bereitgestellt. Um den Kunden diese große Produktauswahl zu ermöglichen wurde vor vier Jahren das Auslieferungslager in Wels gegründet. Durch dieses Lagerhaus ist es für jeden SPAR-Kaufmann und Marktleiter möglich, auf ein großes Sortiment zurückzugreifen.

Die SPAR AG ist der größte private Arbeitgeber Österreichs, welcher sich gänzlich in österreichischem Besitz befindet. Die SPAR AG beschäftigt momentan im gesamten Bundesgebiet 32.027 Mitarbeiter. Davon sind ca. 77% weiblich und 23% männlich.

Derzeit bildet SPAR 315 Lehrlinge in Vorarlberg und 2800 Lehrlinge Österreichweit aus und ist damit größter Lehrlingsausbilder im Land. Das einzigartige Ausbildungsprogramm wurde bereits mit einem Sonderpreis für das "Beste Lehrlingskonzept 2002" belohnt (Quelle Personalabteilung).

Die folgende Grafik zeigt die mengenmäßige Entwicklung der Lehrlingseinstellung bei SPAR Vorarlberg.



Zurzeit stehen alle großen Lehrlingsausbilder im Lande in einem direkten Konkurrenzkampf um die qualifizierten Lehrlinge. In diesem Wettbewerb spielen die mittleren Schulen natürlich auch eine große Rolle, der Trend geht vor allem bei lernstärkeren Schülern zu einer weiterbildenden Schulausbildung.

Dies hat zur Folge, dass immer mehr Mittel in der Lehrlingswerbung eingesetzt werden. Gleichzeitig werden aber die Auswahlverfahren gestrafft, da in der Vergangenheit immer mehr Lehrlinge, vor allem in der Berufsschule, große Probleme hatten ihre Ausbildungsziele zu erreichen. Die Zielsetzung für die SPAR AG ist es, jedes Jahr mindestens einen neuen Lehrling pro Filiale einzustellen bzw. auszubilden. Diese Lehrlinge sind die Führungskräfte von Morgen und dementsprechend sorgfältig und kritisch müssen die Einstellung und die Ausbildung der Lehrlinge erfolgen.

2. Ausgangssituation

Ich, Markus Moosmann, bin seit Herbst 1986 bei der SPAR-AG tätig. Da ich alle Ausbildungsstufen, vom Verkäufer über den Abteilungsleiter bis hin zum Marktleiter durchlaufen habe, war ich seit jeher mit der Ausbildung von Lehrlingen mehr oder weniger beschäftigt. Seit ich Marktleiter bin, obliegt mir die Einstellung bzw. die Selektion und die Ausbildung der Lehrlinge für meine Filiale. In meinem Markt stelle ich jedes Jahr ein bis zwei neue Lehrlinge ein. Zurzeit betreue ich insgesamt fünf Lehrlinge. Seit jeher ist es mir ein Anliegen, den Qualitätsstandard in der Lehrlingsausbildung zu verbessern.

3. Zielsetzung

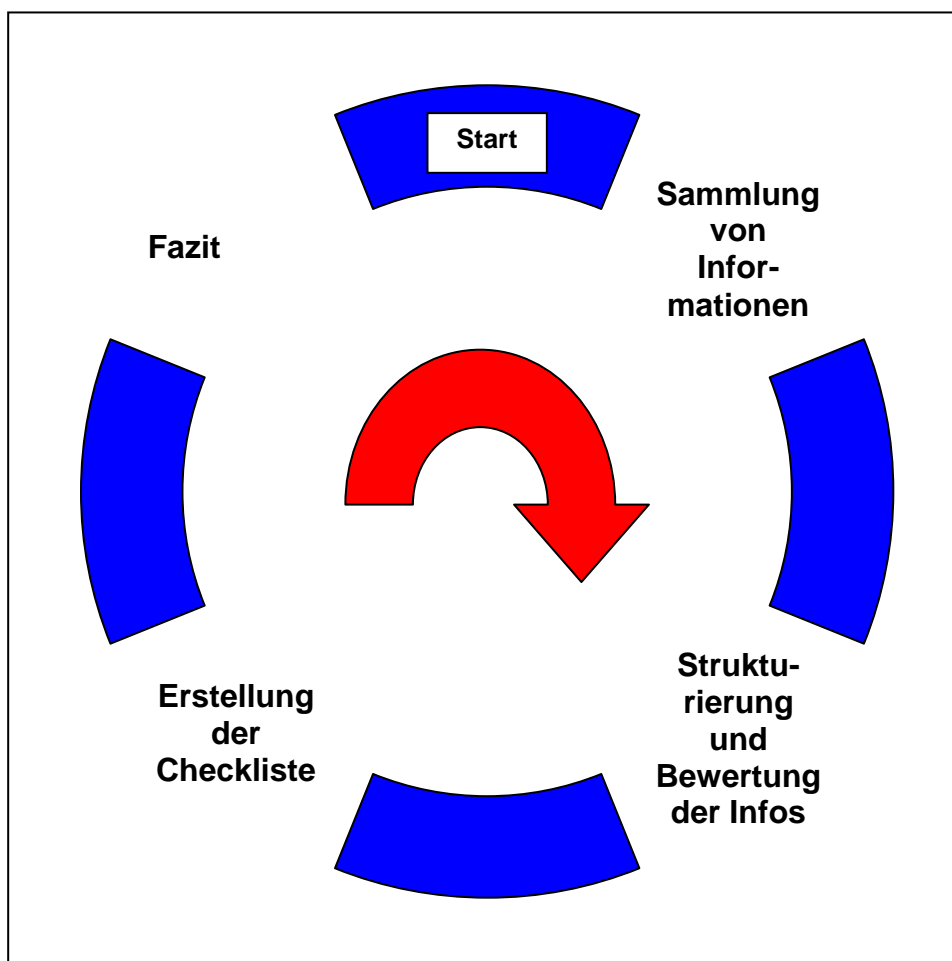
Im Rahmen dieser Arbeit beschäftige ich mich mit der Lehrlingswerbung bis zur Einstellung der richtigen Bewerber. Meine Ziele sind:

- Die Aufarbeitung der verschiedenen Möglichkeiten der Lehrlingswerbung bei SPAR
- Die Bewertung der Möglichkeiten durch meine eigenen Erfahrungen
- Die Darstellung der wichtigsten Kriterien für die Lehrlingseinstellung

Durch die intensive Auseinandersetzung mit den oben genannten Themen verschaffe ich mir einen Gesamtüberblick. Dieser bildet die Basis für eine von mir erstellte Checkliste für die Lehrlingseinstellung. Diese Checkliste soll mir zukünftig eine Hilfestellung im hektischen Arbeitsalltag bieten, damit alle Schritte zeitgerecht erfolgen.

4. Vorgehensweise

Als Basis dieser Projektarbeit steht die Sammlung von Informationen zum Thema, der Rückblick auf eigene Erfahrungen und die Einholung von Informationen von der zentralen Personal- und Schulungsabteilung. Weiters werde ich das Internet als Informationsquelle heranziehen. Wichtig ist mir für die Qualität dieser Projektarbeit auch der Erfahrungsaustausch mit anderen Marktleitern. Nach der Einholung der diversen Informationen werde ich diese bewerten und strukturieren. Die nachfolgende Abbildung zeigt graphisch meine Vorgehensweise:



5. Verschiedene Möglichkeiten der Lehrlingswerbung

Als größter Lehrlingsausbilder Österreichs werden den Marktleitern von der SPAR-Zentrale diverse Instrumente für die Lehrlingswerbung zur Verfügung gestellt. In diesem Kapitel werden die Möglichkeiten der Lehrlingswerbung bei SPAR beschrieben und anhand meiner praktischer Erfahrungen bewertet.

5.1. Die Werbebroschüre

Das Ziel dieser Broschüre ist es, die Aufmerksamkeit der Jugendlichen zu wecken. Daher ist sie in der Form einer Jugendzeitschrift gestaltet. Die Inhalte zielen weniger auf eine detaillierte Beschreibung der einzelnen Lehrberufe ab, als vielmehr darauf, den Lehrling emotional für SPAR zu interessieren. Die Broschüre sollte nicht nur im Geschäft aufgelegt werden, sie sollte vielmehr interessierten Eltern oder Jugendlichen in einem Gespräch übergeben werden. Für die Berufsinformationstage ist die Werbebroschüre bestens geeignet.

Meiner Meinung nach ist die Broschüre in Zeiten des Internets am besten vor Ort zu benutzen. Die Informationsweitergabe ist natürlich nur begrenzt. Als Imagewerbung ist die Broschüre sehr gut einsetzbar. Wird dieses Medium aber nur im Geschäft aufgelegt, ist die Wirkung erfahrungsgemäß gleich null. Ein Beispiel für eine Werbebroschüre finden Sie als Anhang.

5.2. Das Motivplakat

Das Plakat zeigt die Titelseite der Lehrlingsbroschüre und den Zusatz "Karriere bei SPAR". Ich hänge das Motivplakat ca. ab November in die dafür vorgesehenen Rahmen im Geschäft auf.

Aus meiner Sicht ist das Motivplakat als Interessewecker sehr gut geeignet, es können aber nicht viele Informationen transportiert werden. Ich nütze es in der Praxis als zusätzliches Instrument zur Imagewerbung.

5.3. Die Schule

Je besser der Kontakt zu den unmittelbaren Schulen, umso besser ist die Möglichkeit dort die Lehrlingswerbung zu forcieren. Durch den guten Kontakt zu den Lehrern ist es möglich, an Namen von interessierten Lehrlingen zu kommen, bzw. werden diese an uns verwiesen. Möglicherweise können wir auch Leistungsmöglichkeiten von zukünftigen Lehrlingen erfahren. Der Kontakt zu den Schulen ist am besten über den Direktor oder Klassenvorstand von möglichen Lehrlingen zu erreichen. Der Kontakt zu Schulen ist auch durch das Angebot von Exkursionen und Schnuppertagen zu erreichen. Die Teilnahmen an Berufsinformationstagen an verschiedenen Schulen oder Messen hat sich in der Praxis als sehr erfolgreich erwiesen. Meiner Meinung nach ist der gute Draht zu den Schulen ein Schlüssel des Erfolgs. Allerdings muss diese Beziehung von beiden Seiten gepflegt werden, dabei sind in der Praxis große Unterschiede zwischen den einzelnen Schulen bzw. Lehrern feststellbar.

5.4. Die Berufsinformationstage

SPAR nimmt an verschiedenen Berufsinformationstagen teil. Von uns sind dann idealerweise einige Marktleiter, Lehrlinge und der Ausbildungsleiter der SPAR-Zentrale dabei. Bei diesen Tagen werden Informationen über das Unternehmen weitergegeben. Mit verschiedenen Aktionen versuchen wird, den möglichen Lehrling auf uns aufmerksam zu machen. Bei diesen Events werden Schnuppergutscheine und Informationsbroschüren verteilt.

Ich habe damit in der Praxis sehr gute Erfahrungen gemacht und möchte die Teilnahme an den Berufsinformationstagen in Zukunft noch verstärkt nutzen.

5.5. Die Schnupperlehre

Die Schnupperlehre wird vom Polytechnischen Lehrgang und von Abschlussklassen der Hauptschulen veranstaltet, um den Schülern die Möglichkeit zu geben, den Berufsalltag vor Ort mitzuerleben und dadurch eine sichere Berufswahl treffen zu können. Die Schnupperlehre hat weder zeitlich noch inhaltlich ein fixes Ablaufschema. Die zeitliche Terminisierung obliegt meist der Schule, die Informationsschwerpunkte den Betrieben.

Die Kontaktaufnahme erfolgt meist durch die Schüler oder durch die Lehrpersonen. Die Anmeldung kann durch das Internet über die SPAR-Zentrale, durch Anmeldung direkt im Markt oder mit sogenannten Schnuppergutscheinen, welche bei verschiedenen Veranstaltungen verteilt werden, erfolgen. Die Schnupperlehre eignet sich hervorragend für das Kennenlernen des Berufsstandes durch den zukünftigen Lehrling. Der Lehrlingsausbilder bzw. Personalverantwortliche kann sich während der Schnupperlehre ein Bild über Stärken und Schwächen des Schnupperlehrlings machen. Meist wird durch die Schnupperlehre eine Vorentscheidung bezüglich Einstellung getroffen. Wichtig ist aber, dass der Schnupperlehrling eine sinnvolle Tätigkeit ausüben darf. Problematisch ist es für jene Schüler, die seitens der Schule zu den Schnuppertagen gezwungen werden.

Die Schnupperlehre ist für mich als Lehrlingsausbilder nahezu das wichtigste Instrument zur Auswahl der geeigneten Lehrlinge. Denn nur hier kann man die Jugendlichen direkt in ihrem zukünftigen Arbeitsumfeld beobachten.

5.6. Das Arbeitsmarktservice

Wir als Arbeitgeber können unseren Bedarf an Lehrlingen dem AMS melden. Wenn wir einen Lehrling über das AMS gesucht haben, sind wir dort registriert. Die Initiative in den Folgejahren geht meist vom Arbeitsmarktservice aus.

Aus meiner Erfahrung, bewerben sich über das AMS meist lernschwächere Lehrlinge. Diese werden aber vom AMS gut betreut und es kann sogar zu finanziellen Zuwendungen für den Lehrbetrieb kommen.

Ich habe in meinem Betrieb vor sechs Jahren einen „AMS-Lehrling“ eingestellt. Nach positivem Abschluss seiner Lehrausbildung, ist dieser Lehrling heute bei mir Abteilungsleiter und ein sehr gutes Beispiel für das Gelingen einer „unterstützten Lehre“. Leider sind Vorarlbergweit diese positiven Beispiele eher rar.

5.7. Die Wirtschaftskammer

Die Lehrlingsstelle der Wirtschaftskammer bietet den Firmen ein neues Service. Dies ist die Vermittlung zwischen Jugendlichen und Lehrherrn. Hierzu können sich sowohl Jugendliche als auch Betriebe an die Wirtschaftskammer, mit der Bitte um Vermittlung, wenden.

Diese Möglichkeit habe ich bis dato noch nicht genutzt, da sich aufgrund anderer Werbemaßnahmen genügend Lehrlinge bei mir bzw. bei SPAR bewerben. Für kleinere Betriebe, die nicht so viele Instrumente zur Verfügung haben, kann dies aber eine gute Unterstützung bei der Suche geeigneter Lehrlinge darstellen.

5.8. Internetauftritt

SPAR nützt auch das Medium Internet zur Lehrlingswerbung. Unter der

Adresse

www.SPAR.at

stehen dem Lehrstellensuchenden eine Vielzahl von Informationen zur Verfügung. Die Bewerbung der Internetadresse in verschiedenen Printmedien ist sehr hilfreich. Der Lehrlingssuchende kann sich dort seine Informationen selber beschaffen. Die Praxis zeigt jedoch, dass sich der Jugendliche eher nicht von selbst die Seite anschaut.

5.9. Inserate

Lehrlinge können natürlich auch über ein Zeitungsinsertat gesucht werden. Bei uns in Vorarlberg wird dies meist über Imagewerbung im "Wann & Wo" und die Vorarlberger Nachrichten durchgeführt. Die Werbung kann für alle Filialen gelten.

Die Besten haben alle Chancen.



EUROSPAR

SPAR

Große Organisation. Größere Chancen.
 SPAR ist ein rein österreichisches Unternehmen mit erfolgreichen Tochtergesellschaften in Slowenien, Ungarn, Tschechien und Oberitalien.

SPAR: Bestes Lehrlingskonzept
 Als Österreichs größter Lehrlingsausbilder bildet SPAR derzeit rund 2.800 Lehrlinge aus. Für das beste Lehrlingsausbildungskonzept wurde SPAR mit dem "goldenen Merkur 2002" ausgezeichnet.

Umfassende praxisorientierte Ausbildung

- Training on the job wird mit modernsten Unterrichtsmethoden gekoppelt - z.B. „computer-based-training“.
- SPAR bietet als einziges Lebensmittelhandels-Unternehmen eine eigene **Meisterprüfung** an, die nach der Lehre und TOP-Vorqualifizierung als weitere Qualifikation angerechnet werden kann.

Viele Extras für erfolgreiche Lehrlinge

- Monatsprämien bis zu € 51,-
- Zulagenprämien bis zu € 220,-
- Ermäßigungen bei HERVIS und INTERSPAR
- Gratis B-Einführerschein bei ausgezeichneter Leistung
- Zusätzliche Computer- und Sprachausbildung

SPAR Österr. Warenhandels-AG
 Zentrale Dornbirn
 Wallenmahd, A-6850 Dornbirn
 Herr Mag. Georg Masal
 Telefon: 05572/309-320
 Fax: 05572/309-329
 E-Mail: job-dornbirn@spar.at
 www.spar.at

In folgenden SPAR-Filialen suchen wir Lehrlinge:

Allach, Achstr. 22, Tel.: 05576/74326 • Bludenz, Alte Landstr. 62, Tel.: 05552/30096 • Biberitz, Schmittenstr. 3, Tel.: 05552/62695 • Bregenz-Achseftung, Achseftung 51, Tel.: 05574/73591 • Bregenz-GWL, Leutbühl 2, Tel.: 05574/42291 • Bregenz-Mariahilf, Mariahilferstr. 2, Tel.: 05574/44277 • Dornbirn-Fischbach, Dr.-Anton-Schweidlerstr. 15b, Tel.: 05572/24138 • Dornbirn-Hatlerdorf, Leopoldstr. 1, Tel.: 05572/53391 • Dornbirn-Sägemüller, Marktstr. 67, Tel.: 05572/25632 • Dornbirn-Schwefel, Waldmüllerstr. 5, Tel.: 05572/21384 • Feldkirch-Gisingen, Sebastianplatz 2, Tel.: 05522/72136 • Frastanz, Landmann-Egger-Str. 13, Tel.: 05522/51576 • Fußach, Bundesstr. 80, Tel.: 05578/77028 • Gaschurn-Moxpark, HW. 2c, Tel.: 05558/20090 • Gofis, Oberdorf 3, Tel.: 05522/84473 • Hard, Hofsteigstr. 15, Tel.: 05574/77954 • Hard, Landstr. 77, Tel.: 05574/72538 • Hard-Zentrum, Hofsteigstr. 2, Tel.: 05574/74354 • Hörbrunn, Ziegelbachstr. 4, Tel.: 05573/82744 • Lochau, Alberslochstr. 30, Tel.: 05574/82714 • Lustenau, Reichsstr. 48b, Tel.: 05577/87343 • Lustenau-Ingamatten, Kapellenstr. 1, Tel.: 05577/88558 • Mazing, Bazulstr. 10, Tel.: 05525/64430 • Neuzing, Bundesstr. 90, Tel.: 05525/82381 • Nüziders, Kirchstr. 13, Tel.: 05522/34178 • Rankweil, Altmannstr. 20, Tel.: 05522/47832 • Sattens, Kirchstr. 10, Tel.: 05524/53577 • Schruns, Silvrettastr. 8, Tel.: 05556/77785 • St. Gallenkirch, Silvrettastr. 3a, Tel.: 05597/20065 • Vandans, Dorfstr. 35, Tel.: 05556/73126 • Walturt, Wälderstr. 6, Tel.: 05574/79410 • TANN-Filiale Bregenz, Heldendankstr. 22, Tel.: 05574/85555 • TANN-Filiale Bäre, Altmühlweg 1, Tel.: 05552/63645 • TANN-Filiale Dornbirn, Messestr. 2, Tel.: 05572/24671 • TANN-Filiale Feldkirch-Altenstadt, Königshofstr. 79, Tel.: 05522/75462 • TANN-Filiale Feldkirch-Hilpark, Leonhardsplatz 4, Tel.: 05522/74189

Mit der Zeitungswerbung kann ich die meisten Jugendlichen erreichen. Die Zeitungswerbung wird von vielen Jugendlichen als Motivationsgeber für die Bewerbung in einer SPAR-Filiale angegeben. Weiters habe ich mit der Zeitungswerbung die Möglichkeit, Gutscheine für Schnuppertage an die möglichen Lehrlinge zu bringen.

5.10. Werbung im persönlichen Bekanntenkreis

Diese Methode hat einen ganz konkreten Vorteil, wir kennen die Jugendlichen, kennen deren Interessen und können konkret einschätzen, ob der Jugendliche für uns geeignet ist oder nicht.

Eine von mir sehr geschätzte Methode, da diese sehr erfolgreich ist. Natürlich nehme ich Empfehlungen von Mitarbeitern sehr gerne entgegen.

6. Zeitpunkt der Lehrlingswerbung

Über 60 % der Jugendlichen treffen noch vor Beginn des zweiten Schulhalbjahres die Entscheidung über ihren zukünftigen Lehrberuf. Aus diesem Grund sollte mit der Lehrlingswerbung gleich nach dem Weihnachtsgeschäft begonnen werden. Imagewerbung wie beispielsweise die Bezahlung von Führerscheinen für besondere Leistungen können selbstverständlich natürlich auch vorher publiziert werden.

Die meisten Aktivitäten in der Lehrlingswerbung startet SPAR erfahrungsgemäß in den Monaten Jänner und Februar. In diesem Zeitraum werden in den lokalen Printmedien Inserate geschaltet, die Internetseite beworben und Motivplakate in den Märkten aufgehängt. Weiters versuche ich parallel dazu durch direkte Ansprache von Mitarbeitern und Kunden potentielle Lehrlinge für den Beruf Einzelhandelskaufmann/Frau zu begeistern. Im März findet dann die BIFO (Berufsinformationsmesse) statt. Die Schnuppertage und Bewerbungsgespräche liegen bei mir dann meistens im März und April. Nach Möglichkeit sollte die Lehrlingswerbung und –auswahl bis Anfang Mai abgeschlossen sein. Wenn dann der oder die „Richtige“ gefunden ist müssen nur noch die vertraglichen Formalitäten erledigt werden.

7. Kriterien für die positive Lehrlingseinstellung

Die Einstellung eines neuen Lehrlings ist eine Entscheidung für mindestens drei Jahre. Unter den Bewerbern einen fähigen und motivierten neuen Lehrling zu finden ist nicht immer leicht und eine Bauchentscheidung wäre hier sicher fehl am Platz. Deswegen müssen klare Kriterien für die Bewertung herangezogen werden. Die nachfolgenden Punkte erläutern meine Kriterien für die Einstellung eines Lehrlings im Beruf Einzelhandelskaufmann/Frau.

7.1. Zeugnisse und Lebenslauf

Zeugnisse haben eine hohe Aussagekraft über den zukünftigen Erfolg des Lehrlings in der Berufsschule. Anhand des Lebenslaufes kann man Schulwechsel oder sonstige einschneidende Veränderungen erkennen.

Für mich sind die Zeugnisse eines Bewerbers wichtig, denn sie bilden oft die Basis für seine Noten in der Berufsschule und deswegen bewerte ich diese bei der Auswahl ca. mit einem Drittel.

7.2. Bewerbungsunterlagen

In den Bewerbungsunterlagen können vor allem Beweggründe, die der Lehrling, für seinen Berufswunsch angegeben hat, angeschaut werden. Für mich sind vernünftige Bewerbungsunterlagen eine Grundvoraussetzung. Hier zeigt der Jugendliche ob er wirklich an dieser Ausbildung interessiert ist.

7.3. Aufnahmegespräch

Im Aufnahmegespräch kann viel über den persönlichen Charakter des zukünftigen Lehrlings herausgefunden werden. Zudem kann der Entwicklungs- und Reifegrad des Bewerbers festgestellt werden.

Bei diesem Gespräch kann ich mir einen persönlichen Eindruck vom Bewerber machen, dieser Eindruck kann für die Lehrlingsaufnahme mitentscheidend sein.

7.4. Der Lehrlingsaufnahmetest

Der Aufnahmetest soll auf die Anforderungen, die an den zukünftigen Lehrling gestellt werden, abgestimmt sein. Es müssen besondere Qualifikationen überprüft werden. In der SPAR-Zentrale werden diese Tests mittlerweile sehr flexibel angeboten.

Dieser Test prüft die wichtigsten Fähigkeiten des zukünftigen Lehrlings ab. Für mich hat dieser Test die höchste Wertigkeit.

7.4.1. Rechnen (Umgang mit Zahlen)

Das Beherrschen der Grundrechnungsarten ist Voraussetzung für eine kaufmännische Lehre. Dieser Punkt ist für mich auch sehr wichtig. Ich überprüfe den Umgang mit Zahlen anhand der Zeugnisse und des Aufnahmetests.

7.4.2. Rechtschreibung

Rechtschreibung ist für einen Einzelhandelslehrling nicht von elementarer Bedeutung. Trotzdem sollte er über eine vernünftige Basis der deutschen Sprache verfügen.

7.4.3. Allgemeinbildung

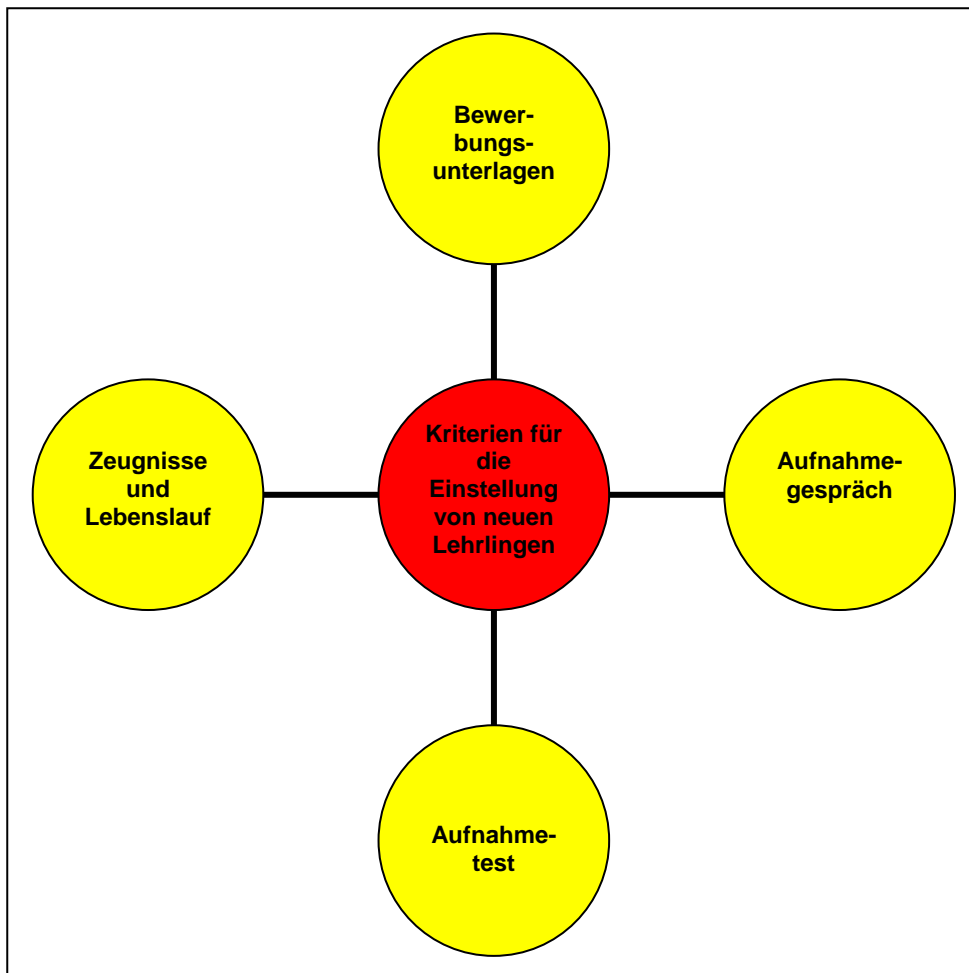
Dies ist im Kontakt mit dem Kunden sehr wichtig. Es sollte dem Lehrling möglich sein, mit den Kunden über allgemeine Themen zu sprechen.

Bei der Auswertung des Aufnahmetests kommen manchmal haarsträubende Ergebnisse ans Tageslicht. Für uns als Lehrberechtigte ist dieser Test ein wichtiger Faktor für die Lehrlingseinstellung.

Schafft ein zukünftiger Lehrling die 50 % Hürde beim Test nicht, hat er erfahrungsgemäß in der Berufsschule große Probleme.

Andere wichtige Fähigkeiten wie, Kontaktfähigkeit, praktische Fähigkeiten, Ausdrucksfähigkeit und die Einstellung zum Beruf werden durch Schnuppertage, Bewerbungsgespräche und durch den persönlichen Eindruck festgestellt.

Nachfolgend sehen Sie eine graphische Zusammenfassung der wichtigsten Kriterien für die Auswahl neuer Lehrlinge:



8. Checkliste für eine organisierte Lehrlingseinstellung

Im Rahmen dieser Projektarbeit habe ich eine Checkliste erstellt, welche es mir ermöglicht, die Lehrlingseinstellung, von der Ausschreibung, zum ersten Kontakt, bis zum ersten Arbeitstag strukturiert anzugehen.

Die Checkliste soll mir, aber vielleicht auch anderen Marktleitern helfen, dass unter dem Zeitdruck des Arbeitsalltages nichts Wesentliches bei der Suche und Einstellung neuer Lehrlinge vergessen wird.

Checkliste für die Lehrlingseinstellung

- Fixierung der Anzahl von Lehrlingseinstellungen**
- Werbestrategie festlegen**
- Erster Kontakt und Terminvereinbarung zur Schnupperlehre**
- Schnuppertage abhalten**
- Bewertung der Schnuppertage anhand des
Lehrlingsbeurteilungsbogen**
- Meinungsbildung im persönlichen Gespräch mit Lehrling**
- Sichtung und Bewertung der Bewerbungsunterlagen**
- Info an Vorgesetzten und Personalabteilung**
- Einladung zum Aufnahmetest durch Personalabteilung**
- Entscheidung über Lehrlingseinstellung mit Vorgesetzten**
- Fixierung der Lehrlingsaufnahme mit dem zukünftigen Lehrling und
dessen Eltern, Zeitpunkt von Lehrbeginn festlegen**
- Alle notwendigen Informationen für den Lehrvertrag einholen und
Lehrvertrag unterschreiben lassen**
- Bewerbungsunterlagen für Zentrale ausfüllen**
- Erster Lehrtag vorbereiten, Spind bereitstellen, Mitarbeiter informieren,
Unterlagen anfordern**

Dass diese organisierte Vorgangsweise im Umgang mit Lehrlingen sehr wichtig ist, wurde mir im Zuge dieser Projektarbeit wieder deutlicher.

9. Fazit

Seit ca. 14 Jahren bin ich mit der Lehrlingsausbildung beschäftigt. Im Rahmen dieser Projektarbeit ist mir die Wichtigkeit der strukturierten Vorgangsweise in der Lehrlingsausbildung noch bewusster geworden.

Der richtige Einsatz des passenden Werbemediums ist für den Erfolg der Lehrlingseinstellung sehr ausschlaggebend. In meiner Projektarbeit habe ich die verschiedenen Möglichkeiten der SPAR-Lehrlingswerbung transparent gemacht.

Mit der von mir erstellten Checkliste kann ich die Lehrlingseinstellung organisierter durchführen und habe somit ein neues Instrument zur Arbeitserleichterung und Perfektionierung der Abläufe bekommen.

Trotz aller Herausforderungen und Probleme die durch die aktive und komplexe Lehrlingsausbildung entstehen, macht es mir Spaß, den Reife- und Lernprozess der Jugendlichen zu verfolgen und mitzugestalten.

Wenn es mir als Lehrlingsausbilder gelingt, im harten Arbeitsalltag dem Lehrling Fachwissen und Werte zu vermitteln und ihm auch noch Freude am Beruf zu geben, macht es uns allen

„SPASS ein SPAR-TYP zu sein“

Markus Moosmann

Juli 2004