

Job-Casting verkürzt die Auswahl

PRAXIS. Um Jugendliche für die Baubranche zu begeistern und geeignete Kandidaten zu finden, führen bayerische Unternehmen ein Job-Casting durch.

Von **Andreas Thierig**

Viele Ausbildungsbetriebe beklagen sich über unpassende Bewerber für ihre Ausbildungsstellen. Die Schulleistungen mal außer Acht gelassen, mangelt es den jungen Leuten vor allem an sozialer und methodischer Kompetenz wie etwa Zuverlässigkeit, Lern- und Leistungsbereitschaft, Pflichtbewusstsein, guten Umgangsformen sowie Kosten- und Qualitätsbewusstsein. Erschwerend kommt hinzu, dass die Zahl der Schulabsolventen ab diesem Jahr kontinuierlich sinkt.

Nachwuchssicherung für den Bau

Vor diesem Hintergrund hat der Bayerische Bauindustrieverband (BBIV) das BauCamp 2007 als innovatives Recruitingkonzept realisiert. Die Vorteile: Für Schüler bietet das als „Job-Casting“ aufgebaute Auswahlverfahren den Reiz des Neuen, macht neugierig und motiviert, im Wettstreit mit anderen gute Leistungen zu zeigen. Für die Unternehmen verkürzt sich die ausgelagerte, komplett papierfreie Vorauswahl auf etwa drei Tage. Außerdem profitieren die teilnehmenden Unternehmen sowie der Verband vom großen Medieninteresse, der daraus resultierenden Imagepflege, der höheren Bewerberqualität sowie der niedrigen Abbrecherquote, die gegen Null tendiert.

Für die Unternehmensgruppe Geiger mit Sitz in Oberstdorf, ist nachhaltige Personalarbeit nicht nur auf dem Papier ein wichtiger Erfolgsbaustein. Dazu David Huber, Personalleiter bei Geiger: „Re-



© ANDREAS THIERIC

Teamarbeit ist gefragt. In der Praxis zeigt sich, wer gut mit anderen zusammenarbeitet und sorgfältig ist.

crutingmaßnahmen wie das BauCamp zeigen, dass in der Personalfindung neue Wege beschritten werden und der BBIV hier die Synergien der Verbandsarbeit ausspielen kann. Die Vorteile wie Imagepflege, vor allem aber den Zeit- und Qualitätsgewinn, nehmen wir natürlich gerne mit. Wenn man solche

Konzepte konsequent und kontinuierlich anwendet, erzeugt man damit bei den Absolventen aller Schulformen, einen regelrechten Nachfragesog.“

Das Verhältnis von Angebot und Nachfrage auf dem Ausbildungsmarkt in der Baubranche ist ein weiterer Grund für die hohe Priorität des Themas Nachwuchssicherung – nicht nur in der Unternehmensgruppe Geiger. Bei leicht steigendem bis stagnierendem Angebot an Ausbildungsplätzen kamen in der Baubranche vor zwei Jahren noch durchschnittlich 52 Bewerber auf eine offene Stelle für gewerblich Beschäftigte. Heute sind es nur noch sechs. Für das Jahr 2006 verzeichnet die Studierendenstatistik der Deutschen Bauindustrie ein Allzeit-Tief. Es gab bundesweit nur 3.350 Absolventen des Bauingenieurwesens. Aus diesem Grund entschlossen sich insgesamt zwölf Unternehmen des BBIV, sich am BauCamp 2007 zu beteiligen. Und alle Beteiligten sind der Meinung, dass sie damit den richtigen Weg im Azubi-Marketing eingeschlagen haben.

Vorauswahl der Bewerber

In der ersten Vorauswahlphase, die ausschließlich im Internet stattfand, mussten die interessierten Schüler eine bis zu dreistündige Potentialanalyse bewältigen. Die Resultate des Potentialanalyse-Anbieters aus München haben

wesentlich dazu beigetragen, passende Kandidaten zu identifizieren und eine zuverlässige Aussage über Sozialkompetenzen, kognitive Fähigkeiten und die tendenzielle Berufseignung zu geben.

Danach folgte das erste persönliche Casting, bei dem speziell auf die Grundlagen sozialer Kompetenz und auf manuelle Fertigkeiten geachtet wurde. Zum Beispiel mussten die Teilnehmer unter Zeitdruck ihre Vorstellungen vom künftigen Ausbildungsalltag auf den Punkt bringen und in der Aktivsequenz ein einfaches Brückenfundament aus Trockensteinen errichten. Diese beiden Faktoren waren maßgeblich für die Einladung zum eigentlichen BauCamp 2007.

Im BauCamp

Im BauCamp selbst stand das Errichten zweier Gerüstkonstruktionen und einer Hängebrücke im Mittelpunkt. Hierbei mussten die Teilnehmer zeigen, dass es ihnen kein Problem bereitet, früh aufzustehen, tatkräftig anzupacken – und das bei jeder Witterung – und dass sie sowohl selbstständig als auch im Team arbeiten können. Die Konzentrationsfähigkeit und die Frustrationstoleranz wurden auf eine harte Probe gestellt.

Die Aktivaufgaben wurden eingesetzt, um die künftigen Azubis live und authentisch zu erleben. Wichtige Anforderungen des Ausbildungsalltags, wie räumliches Vorstellungsvermögen, einfache Planungsschritte ausführen sowie Sorgfalt und Genauigkeit werden damit abgebildet und lassen sich gut beobachten. Solche berufsnahen Szenarien lassen sich für nahezu alle Branchen entwickeln. Im Gegensatz zu einem Assessment Center zeigen sich die Teilnehmer hier authentisch.

Diese Erfahrung beeindruckte Sven Seeger, Bauingenieur bei der Porr Deutschland GmbH, am meisten: „Ich hatte befürchtet, die Jugendlichen würden sich in einer Art Assessment Center eher realitätsfern präsentieren. Doch so wie ich die Jugendlichen bei den Aufgaben erlebt habe, so natürlich und echt, diese



Die Teilnehmer des Job-Casting 2007: Mit den Ergebnissen waren die Arbeitgeber sehr zufrieden.

Eindrücke hätte ich mir bei der Auswahl unserer Azubis schon früher gewünscht. Wenn ich nur an die Sichtung der Bewerbungsunterlagen, die Vorauswahl am grünen Tisch und die Vorstellungsgespräche denke. Das alles fällt hier weg. Ich würde sagen, wir sparen uns damit etwa drei Wochen Arbeit.“

Vorteile für die Firmen

David Huber, Personalleiter der Unternehmensgruppe Geiger, und Ingo Reichart, Leiter der Personalentwicklung, die einen Teil ihrer künftigen Auszubildenden ebenfalls über das BauCamp 2007 rekrutieren, berichten über ihre Eindrücke. Huber: „Wer sich abseits stellt und wer die Initiative ergreift, das erkennt man hier sehr deutlich. Für unsere Entscheidungsfindung ist das enorm hilfreich.“ Reichart: „Die Eindrücke, die wir aus der Vorstellungsrunde mitgenommen haben, finden wir hier bestätigt. Die Jugendlichen haben ja schon mehrere Vorauswahlphasen durchlaufen, deshalb glaube ich, dass die Finalisten hier den Ausbildungsberuf wirklich wollen.“

Die Unternehmensgruppe Geiger rekrutierte über das BauCamp 2007 die ersten zwei gewerblichen Auszubildenden. Porr Deutschland entschied sich für zwei Auszubildende zum Betonbauer, die über das BauCamp ausgewählt wurden. Einige Monate nach Ausbildungsbeginn

zieht Sven Seeger ein erstes Fazit: „Die beiden wurden gleich richtig ins arbeitende Team mit eingespannt und sind, obwohl sie als neue Erfahrung während der Woche auf der Baustelle in Containern schlafen, voll motiviert.“

80 neue Azubis gesucht

Zum Projektabschluss des BauCamp 2007 wurde selbstkritisch hinterfragt, welche Bereiche noch optimiert werden können. Dabei wurde deutlich, dass das Angebot noch zu wenige Jugendliche erreicht. Deshalb wird das Marketing für 2008 erheblich verstärkt und die Mitgliedsunternehmen werden noch stärker eingebunden. Der nächste Termin steht schon fest: Vom 7. bis 9. Februar 2008 werden im Bauindustriezentrum Stockdorf 20 Unternehmen des BBIV – deutlich mehr als noch vor einem Jahr – neue potenzielle Auszubildende bei berufsnahen Übungen beobachten. Insgesamt wollen die Unternehmen 80 Ausbildungsplätze über das BauCamp 2008 besetzen. ■

Andreas Thierig

Lenggries, ist Personaldienstleister und Experte zum Thema zukunftsfähige Berufsausbildung. www.andreasthierig.de