



Der digitale Werkstatt-Stammtisch am 27. August 2024 griff das relevante Thema Ausbildung auf: Wie gewinnt man motivierte Azubis für die eigene Werkstatt? Eine 15-köpfige Runde aus Werkstattvertretern (mit bis zu 15 Auszubildenden), Berufsschullehrern, Industrievertretern und Medien diskutierte Chancen und Möglichkeiten der Azubis-Rekrutierung freier Werkstätten.

Die Zahl der Ausbildungsverträge im Bereich Kfz-Mechatroniker ist tendenziell steigend. Die Stammtisch-Runde war sich einig, dass das Berufsfeld absolut Zukunft hat. Die meisten Azubis kommen nach wie vor von Real- oder Hauptschulen und starten ihre Ausbildung im Alter von 16 Jahren. Im Vergleich zu früher seien aber die Vorkenntnisse bei den jungen Menschen signifikant geringer. Hier muss heute seitens der Ausbildungsbetriebe und Berufsschulen deutlich mehr investiert werden, um das nötige Know-how aufzubauen.

Was hat sich bei den Auszubildenden in den letzten Jahren verändert?

Aus Sicht der Teilnehmenden hat sich die Einstellung zum Arbeiten bei jungen Menschen verändert. Das Thema Freizeit hat einen höheren Stellenwert als früher. Bewerbungen um eine Ausbildung werden inhaltlich immer dünner, sodass es noch mehr als bisher darauf ankommt, Bewerber*innen persönlich kennenzulernen. Leidenschaftliche „Schrauber“, die

schon umfangreiche Praxiskenntnisse in die Ausbildung mitbringen, sind die große Ausnahme geworden.

Die Anzahl an Bewerbungen lässt eher etwas nach. Es besteht der Eindruck, dass freie Werkstätten es schwerer haben als die markengebundenen Werkstätten, gute Azubis zu gewinnen. Hier gilt es aus Sicht der Teilnehmenden, die Vorteile freier Werkstätten (mehr Hands-on, verschiedene Marken etc.) in der Selbstdarstellung besser herauszustellen.

Wo finde ich Azubis? Wie spreche ich Azubis an?

Für freie Werkstätten ist es eine besondere Herausforderung, als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen zu werden. Übergeordnete Image-Kampagnen wie [#wasmitautos](#) zeigen aus Sicht der Stammtischrunde keinen wahrnehmbaren Effekt. Bonifizierungsmodelle zur Azubi-Bindung oder besondere Goodies zur Gewinnung von Auszubildenden werden bei den Teilnehmenden bislang nicht eingesetzt.

Es sei generell ein erfolgsversprechender Weg, für die Ansprache neuer Azubis auf vorhandene Auszubildende zu setzen. Zum Beispiel mit Ausbildungsbotschaftern (eigene Azubis), die an Schulen persönlich Interessenten anwerben oder in Videoclips über die Social Media Interesse für eine Ausbildung zum Kfz-Mechatroniker wecken. Für die Gewinnung und Ansprache von Azubis setzen einige Werkstätten erfolgreich auf regionale Jobmessen.

Welche Tipps gibt es von Werkstatt zu Werkstatt in Sachen Azubis?

Bewährt haben sich Praktika in allen Formaten. Diese sind gut geeignet für einen ersten Check, insbesondere im Hinblick auf Arbeitshaltung und Talent. Dabei ist es in erster Linie entscheidend, ob die jungen Menschen lernen und arbeiten wollen – und Interesse bzw. Leidenschaft für den Beruf des Kfz-Mechatronikers mitbringen. Einige Werkstätten haben gute Erfahrungen mit Quereinsteigern gemacht. Eine Werkstatt kooperiert dazu mit der örtlichen Diakonie und hat gute Erfahrungen mit einem Zweistufen-Modell gemacht: über den Fachpraktiker zum Kfz-Mechatroniker.

Um Schüler*innen möglichst früh an den Arbeitsalltag in der Kfz-Werkstatt heranzuführen, bieten einige Schulen folgendes Modell an: Die Schüler*innen können über einen gewissen Zeitraum jede Woche ein bis zwei Tage in einem Betrieb ihrer Wahl arbeiten und so feststellen, ob das eine gute Option wäre.

Generell ist die Zusammenarbeit mit Schulen vor Ort ein guter Weg, um geeignete Kandidaten frühzeitig zu identifizieren und kennenzulernen. Viele der teilnehmenden Werkstätten unterstützen ihre Azubis bei schulischen Themen, z. B. bei der Vorbereitung auf Prüfungen oder Nachbereitung unklarer Berufsschulthemen.

Sie wollen beim nächsten Mal selbst dabei sein? Der nächste Werkstatt-Stammtisch findet

Werkstatt-Stammtisch: Azubis früh an Werkstattalltag heranführen und persönlich unterstützen

am 24.9.2024 statt - mit dem Thema „Klimaanlagen im Praxis-Check“, in Kooperation mit unserem Partner DENSO. [Jetzt anmelden!](#)