

Management und Karriere

## **Handel bügelt Erziehungsdefizite aus**

*28. **Berufsbildungs-Forum** von Mediadidact bei der Metro Group - Personalverantwortliche diskutieren Schulungsstrategien*

Düsseldorf. Immer weniger Lehrstellenbewerber bringen die klassischen Fähigkeiten mit. Personalverantwortliche sehen sich mit wachsenden Problemen bei der Rekrutierung konfrontiert. Beim Mediadidact-Forum präsentierte die Metro ihr Konzept.

Handelsunternehmen müssen sich verstärkt Gedanken machen, wie sie junge Menschen gewinnen und ihnen das nötige Know-how vermitteln. Davon ist Olaf Stieper, Koordination Berufsbildung bei der Metro AG, überzeugt. In seinem Vortrag auf der Veranstaltung von Mediadidact zeigte er auf, wie der Düsseldorfer Konzern diese Herausforderung meistert. Mit 290000 Mitarbeitern aus 150 Nationen ist die Metro Group zwar nicht der größte, wohl aber der internationalste deutsche Händler, ein "Vielvölkergemisch, das gut zu einem vielseitigen Unternehmen mit bunter Kundschaft passt". 8300 Auszubildende beschäftigt der Konzern aktuell, jedes Jahr werden etwa 2500 neue eingestellt. Damit sind die Düsseldorfer die Nummer 3 unter den deutschen ausbildenden Betrieben (8,6 Prozent Ausbildungsquote). Zwei Drittel aller Azubis werden nach erfolgreichem Abschluss in einem der 25 möglichen Berufe übernommen. Allerdings erhält nicht jeder eine Vollzeitstelle oder einen unbefristeten Vertrag.

Das Motto der Veranstaltung "Die Zukunft hat schon begonnen" gelte auch für die Projekte der Metro-Berufsbildung, betonte der Personalverantwortliche: "Wir gehen von der Notwendigkeit lebenslangen Lernens aus." Dass Mitarbeiter, die mit 16 etwas lernen, damit auskommen, bis sie mit knapp 70 das Rentenalter erreicht haben, davon sei nicht auszugehen. Im Laufe seiner Erwerbsbiografie müsse heute jeder damit rechnen, mehrere Berufe auszuüben. Und während sich früher Veränderungen in Zehnjahresschritten vollzogen, liege der Zyklus nun bei zehn Monaten, veranschaulicht Stieper das Tempo, mit dem sich Mitarbeiter weiterentwickeln müssen. Dementsprechend müsse man der permanenten Weiterbildung eine entscheidende Rolle bei.

"Was auf uns zukommt, ist kein Szenario eines Zukunftspropheten, sondern bereits Realität", weist er auf das drängende Problem der Nachwuchssicherung hin. Denn die heranwachsende Generation, die demnächst eine Ausbildung anstrebt, ist bereits ausgedünnt. "Mit dem klassischen Instrumentarium, das wir zurzeit noch bei der Einstellung anwenden, kommen wir nicht mehr weiter", warnt er. Das bisherige Raster lasse zu viele junge Menschen außen vor. In einigen Regionen werde man die Auswahl schlicht nicht mehr haben, um diejenigen mit den schlechten Schulnoten einfach auszusortieren. "Damit verzichten wir auf potenzielle Azubis, die möglicherweise im Handel gute Arbeit leisten", fordert der Bildungsexperte ein Umdenken in den Personalabteilungen. "Ich glaube, wir können uns die heutige Form der Auslese nicht mehr leisten." Sie sei nicht mehr zeitgemäß, schon gar nicht zukunftsgerecht.

## **"Wir können uns die heutige Form der Auslese nicht mehr leisten"**

*Personalexperte Olaf Stieper zum Auswahlverfahren von Azubis*

Stieper möchte jedoch nicht in das allgemeine Lamento einstimmen, wie schlecht die Jugend sei. Sie habe häufig andere Fähigkeiten erworben, sei gewieft etwa im Umgang mit neuer Technologie. "Wir Berufsbildner sind zu defizitorientiert", kritisiert er seine Zunft. Stattdessen gelte es, Stärken zu entdecken und zu fördern. Außerdem sieht er den Handel gefordert, in Zukunft Bildung mit Erziehung zu verknüpfen: "Wir sind ein Stück weit Reparaturbetrieb der Elternhäuser und Schulen - ob wir wollen oder nicht."

So regt Metro etwa ihre Azubis zum täglichen Zeitunglesen an. Sie erhalten ein Freiabonnement der Rheinischen Post, deren Lektüre von Zeit zu Zeit überprüft wird. Soziale Projekte wiederum sollen die Kompetenz auch auf diesem Gebiet schulen. Außerdem vermitteln E-Learning-Programme wichtige Inhalte in vielfältiger Form.



Foto: Thomas Fedra

*Lebenslanges Lernen: Olaf Stieper verdeutlichte in seinem Vortrag die veränderten Rahmenbedingungen für die Bildungsaktivitäten des Handels.*

Um die Ausbildungsabteilungen bei ihrer Aufgabe zu unterstützen, hat das Unternehmen gemeinsam mit der Rewe sowie verschiedenen europäischen Institutionen und Verbänden eine Lern-CD herausgebracht. Das interaktive Programm für den Handel bietet Kompetenzentwicklung in Modulen. Wer es erfolgreich durchläuft, erhält ein Zertifikat von europaweiter Gültigkeit. Eucoco, so sein Name, steht für Euro Commerce Competence (Iz 07-09). Dieser der dualen Ausbildung vergleichbare Abschluss kann in mehreren Sprachen erworben werden,

beispielsweise in Tschechisch oder Rumänisch. Damit ist er bei der Expansion des Handels von großem Nutzen. Die CD eignet sich aber auch für Quereinsteiger.

Mediadidact unterstützt die Bildungsaktivitäten des Handels ebenfalls. Die bewährten Markenlehrbriefe werden in Kürze als Onlineversion zur Verfügung stehen. Dabei handelt es sich um eine spielerische Umsetzung des Warenwissens. Der Lernende spaziert in Gestalt eines Avatars durch einen virtuellen Supermarkt und bildet sich bei der Gelegenheit Regal für Regal weiter. Im August wird das lehrreiche Game, das an die Fertigkeiten moderner Azubis anknüpft, abrufbereit sein.

Ulla Bosshammer/lz 15-10