

So werden Azubis ein starkes Team

Personalentwicklung: Von gemeinsamen Projekten können Lehrlinge für ihr ganzes Berufsleben lernen – Probleme und Konflikte in Zusammenarbeit leichter lösen

Von unserer Redakteurin
SABINE DREHER

ASCHAFFENBURG. Hochseilgarten, Grillfest, Fußballturnier – viele Betriebe spendieren ihren Azubis regelmäßig einen Ausflug, der auf den ersten Blick nichts mit der Arbeit zu tun hat. Auf den zweiten allerdings schon: Die gemeinsamen Aktionen sollen den Anfän-



gern dabei helfen, sich zu einer guten Mannschaft zusammenzufinden.

Auch in unserer Region machen Ausbilder mit ihren Schützlingen besondere Unternehmungen. Beim Schmieranlagen-Hersteller Woerner in Wertheim (Kreis Main-Tauber) zum Beispiel gibt es jeden September einen Auszubildendenausflug – vom Geo-Caching bis zum Fahrsicherheitstraining. Bosch Rexroth in Lohr (Kreis Main-Spessart) organisiert für seine Azubis einen Umwelttag oder eine Abschlussfahrt nach Bamberg.

Fachleute sprechen von Teambuilding: In einer Abteilung oder einer Arbeitsgruppe soll eine gute Atmosphäre entstehen, damit die Mitarbeiter gut zusammenarbeiten können – und damit unterm Strich auch das Unternehmen seine Ziele besser erreicht. Das gilt ganz generell für alle Teams im Berufsleben – aber auch für Azubis.

Eine gute Stimmung unter den Lehrlingen hilft bereits in der Einarbeitungsphase. »Die Auszubildenden vertrauen einander und können sich austauschen«, sagt Nicole Fabig, Personalleiterin bei Woerner. »Sie gehen gerne zur Arbeit, wenn sie sich wohlfühlen.«

»Wenn man sich kennt, fällt die Zusammenarbeit leichter«, sagt Andrea Goebels, Leiterin Aus- und Weiterbildung beim Rexroth-Standort Lohr. »Im Team zusammenarbeiten erfordert und fördert soziale Fähigkeiten, die sich das Unternehmen im Arbeitsalltag auch von seinen Mitarbeitern



Der Hochseilgarten – idealer Ort, um zu lernen, dass Probleme in der Gruppe besser gelöst werden können.

Foto: Andreas Gebert (dpa)

DREI FRAGEN

»Chefs sollten den Azubis zuhören«



Elke Konieczek.
Foto: Anke Peters

Konieczek, Trainerin und Organisationsberaterin aus Alzenau, wissen.

Azubis gehen in den Hochseilgarten, um danach besser arbei-

wünscht – Goebels nennt als Beispiele Kooperationsgemeinschaft, gegenseitiges Zuhören, Feedback geben, Konflikte miteinander lösen, aber auch sich gemeinsam für eine Aufgabe zu begeistern und eine gewisse Frustrationstoleranz zu entwickeln.

Das alles ist freilich nicht nur während der Ausbildung wichtig,

sondern auch im späteren Berufsleben. »In vielen Unternehmen gibt es fast nur noch Projektarbeit«, weiß Elke Konieczek, Unternehmensberaterin aus Alzenau (Kreis Aschaffenburg). »Die Mitarbeiter müssen hochgradig bereit sein, kooperativ miteinander umzugehen.« Aber nicht nur deshalb sind gut funk-

Was können Unternehmen tun, damit aus den Lehrlingen ein starkes Team wird?

Chefs sollten den Azubis zuhören und fragen: Was ist deine Idee, wie würdest du das machen? Na-

türlich müssen Azubis damit klar kommen, dass nicht alle ihre Vorschläge umgesetzt werden können. Aber die Firmen können Räume für Dialog schaffen. Umgekehrt wäre es fatal, zu kommunizieren: So läuft hier der Hase, halte dich dran, sonst fliegst du raus.

Wie kann ich als Bewerber herausfinden, wie gut die Stimmung beim potenziellen Arbeitgeber ist?

Man kann beim Vorstellungsgespräch fragen: Gibt es Teambuilding-Maßnahmen? Gehen die

Mitarbeiter zusammen Mittagessen? Werden überhaupt gemeinsame Aktivitäten unternommen? Falls man einem Team vorgestellt wird, kann man auch konkret fragen: Was ist euch wichtig? Was muss ich mitbringen, um gut ins Team zu passen? Oder anders herum: Was müsste ich tun, um größtmöglichen Schaden anzurichten?

Entscheidend ist für mich das eigene Bauchgefühl. Wenn ich merke, das Zusammensein mit diesen Menschen fühlt sich komisch an, zeigt mir das: Da will ich nicht hin.

vielseitig aufgestellten jedes Mitglied ein Mosaiksteinchen zum Ganzen beitragen.

Bei Woerner und Rexroth ist es mit Teambuilding-Aktionen zu Beginn der Ausbildung nicht getan. Die Lehrlinge meistern auch gemeinsame Projekte. Bei Woerner zum Beispiel organisieren die jungen Leute eine Nacht der

Hintergrund: Wer wird Schlauster Azubi?

Seit 20. Januar bis Samstag, 15. Februar, stellen wir montags bis samstags jeweils zwei Fragen an Auszubildende, die an unserem Projekt »Schlauster Azubi« teilnehmen.

Diese Fragen mit jeweils drei Antwortmöglichkeiten – von denen immer nur eine richtig ist – beziehen sich auf tagesaktuelles Geschehen und auf Wirtschaftsthemen. Beantwortet werden können die Fragen nur in einem für Teilnehmer vorgesehenen Bereich in der Dossierseite

www.schlauster-azubi.de

Die Teilnehmer am Schlauster-Azubi-Quiz mit den meisten richtigen Antworten erhalten Preise. (str)

Ausbildung, betreuen den Instagram-Account des Unternehmens, oder versuchen mit dem Projekt »Technolino«, Kindergartenkinder für Technik zu begeistern.

Die Azubis bei Bosch Rexroth pflegen einen speziellen Ausbildungs-Account bei Instagram, engagieren sich in sozialen Einrichtungen und gestalten in diesem Jahr erstmals einen Kulturworkshop für einen Azubi- und Studierendenaustausch mit jungen Leuten aus Singapur.

Freilich sollen die Azubis nicht nur miteinander, sondern auch mit der restlichen Belegschaft gut auskommen. »Alle Auszubildenden durchlaufen fast alle Abteilungen des Betriebes, um nicht nur die Produkte und Abläufe, sondern auch die Kollegen besser kennen zu lernen«, berichtet Woerner-Personalerin Nicole Fabig. Die Industriekaufleute machen bei der Montage mit und umgekehrt. Bei Bosch Rexroth durchlaufen die kaufmännischen und die gewerblich-technischen Azubis in ihren jeweiligen Bereichen mehrere Fachabteilungen.

Im besten Fall gelingt es Azubis, während ihrer Lehrzeit ein gutes Netzwerk zu knüpfen, weiß auch Beraterin Elke Konieczek. »Auf einige Kontakte können sie dann noch über viele Jahre zurückgreifen.«

Nächste Folge am Montag, 27. Januar: Chancen für Praktika im Ausland

Das Dossier ist im Internet unter: www.schlauster-azubi.de



Waldenserhof ruft Produkte zurück

WÄCHTERSBUCH. Die Firma Waldenserhof in Wächtersbach-Waldensberg (Main-Kinzig-Kreis) ruft nach Keimfunden ihr gesamtes Produktsortiment zurück. »Aus Gründen des vorbeugenden Verbraucherschutzes wird vorsorglich von dem Verzehr von Fleisch, Fleischerzeugnissen, Fleischzubereitungen und Milcherzeugnissen vom Waldenserhof abgeraten«, erklärte ein Sprecher des Main-Kinzig-Kreises am Freitag. Grund des Rückrufes sei der Nachweis von Listerien in Nuss-Schinken mit dem Mindesthaltbarkeitsdatum 3. Februar. Laut dem Kreis werden Produkte des Unternehmens in Märkten im Raum Wetterau, Offenbach, Frankfurt und Aschaffenburg verkauft.

Alle Kunden könnten die Artikel in den Einzelhandelsverkaufsstellen oder im Betrieb gegen Erstattung des Kaufpreises zurückgeben. Listerien können für Menschen mit geschwächtem Immunsystem lebensgefährlich sein. Die Keime sorgten zuletzt für Schlagzeilen durch den nordhessischen Fleischhersteller Wilke. In dessen Produkte wurden Listerien gefunden, die mit 37 Krankheitsfällen, darunter drei Todesfällen, in Verbindung gebracht werden. dpa



Anzeige

Liebe Leser,

freuen Sie sich auf Samstag, 8. Februar 2020!

Main-Echo Sonderseiten: Job-Echo: Studium

Es erwarten Sie spannende Inhalte rund um die Themen:

Knigge für die Uni-Bibliothek
Studieren ohne Abitur – Der Weg in den Hörsaal für Berufserfahrene
Stipendium: Passgenaues Motivationsschreiben für die Bewerbung

Bei Fragen zu diesem Thema helfen wir Ihnen gerne weiter.
Telefon 0 60 21 / 3 96-331 • anzeigen@main-echo.de

Medienhaus
Main-Echo

Auch ohne Winter gut im Geschäft

Sportmesse ISPO: Klimawandel und Online-Handel Herausforderungen für Branche

Von dpa-Mitarbeiter
SEBASTIAN SCHLENKER

MÜNCHEN. Es war ein trauriges Bild, das sich Skifahrern in Kitzbühel zu Saisonbeginn bot. Ein schmales weißes Band aus Altschnee zog sich neben grünen Wiesen den Hang hinunter. Es steht wohl symbolisch für den Wintersport der Zukunft. Der sich abzeichnende Klimawandel stellt auch die Branche der Sporthändler vor große Aufgaben. Doch die lässt sich nur wenig beeindrucken und begegnet ihnen auf zweierlei Weise. Zum einen gewinnen in der Wintersaison Ganzjahresportarten zunehmend an Bedeutung – und sorgen für Umsatz. Zum anderen reagiert die Branche auf den sich ändernden Zeitgeist und setzt verstärkt auf Nachhaltigkeit.

Wenn sich ab diesem Wochenende bis Mittwoch, 29. Januar, mehr als 2800 Aussteller aus über 50 Ländern auf der Messe ISPO in München treffen, werde dies eines der zentralen Themen sein, sagt Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München: »Nachhaltigkeit ist ein Megatrend, der die Sportbranche immer mehr erfasst. Vor allem im Textilbereich werden dank inno-

vativer Technologien, die die Outdoor-Bekleidung hochfunktional und dabei ökologisch-nachhaltig gestalten lassen, neue Wege beschritten.«

Die warme Witterung trifft auch Intersport. Die neben Sport 2000 zweite große Sporthandelskette in Deutschland verzeichnet in dieser Saison bislang ein schlechtes Wintersportgeschäft. »Mit Blick auf den Klimawandel sehen wir, dass dagegen Ganzjahresportarten wie Laufen und Fitness weiter zunehmen«, sagt Unternehmenssprecher Michael Steinhauser. Was ebenfalls wachse, sei das Geschäft mit dem Verleih von Sportartikeln, wie etwa Skiern direkt im Skigebiet.

Hoffen auf Fitnessboom

Mehr Sorgen als der Klimawandel bereitet den Fachhändlern die Konkurrenz durch den Online-Handel – etwa durch Firmen wie Amazon oder Zalando. »Unsere Marktforschung zeigt, dass Branchenfremde wie Zalando weiter wachsen«, sagt Steinhauser. Die Entwicklung müsse deshalb sein, die Vorteile von stationärem und Online-Handel zusammenzubringen. Auch deshalb bieten die großen Händler längst beides an: Die Beratung in der Filiale und den

Onlineshop mit Versand am nächsten Tag.

Eine Lösung, deren Wichtigkeit auch Peter Thürl vom Verband Deutscher Sportfachhandel betont. Die klassischen Fachhändler seien mit Blick auf den Online-Handel bereits auf einem guten Weg. Dass nun aber vermehrt große Sportmarken dazu übergingen, ihre Produkte im Internet direkt an die Kunden zu verkaufen, erschwere diese Umstellung. Hier seien »deutliche Steigerungsraten« zu spüren. Diese zwingen die Fachhändler zunehmend dazu, »alte und traditionelle Partnerschaften zwischen Markenindustrie und klassischem Fachhandel neu zu überdenken«, sagt Thürl.

Dass der Fitnessboom in der Branche weiter anhält, hilft der Branche dagegen. So hat auch die Messe ISPO Gesundheit als eines der zentralen Themen in diesem Jahr ausgemacht. Die Sportbranche zähle nicht zuletzt deshalb zu den Wachstumstreibern, weil in der Gesellschaft mittlerweile Fitness als Synonym für Gesundheit stehe, sagt Messe-Chef Klaus Dittrich. »Sport wird zukünftig noch breiter und tiefer das Alltagsleben bestimmen.« Und damit für gute Geschäfte der Sporthändler sorgen.