



Plakatwerbung, Kennenlern-Videos in sozialen Medien, Mitfinanzierung des ersten Business-Outfits: Bambergs größte Firmen werben auf immer vielfältigere Weise um Auszubildende - mit unterschiedlichem Erfolg.

Foto: Ronald Rinklef

Firmen buhlen um Azubis

LEHRE Auch Bambergs größten Arbeitgebern fällt es zunehmend schwerer, Ausbildungsstellen zu besetzen. Sie werben mit großen Plakaten oder der Finanzierung des ersten Business-Outfits. Ein Überblick zum Ausbildungsstart.

VON UNSEREM REDAKTIONSMITGLIED **MARKUS KLEIN**

Bamberg – Die Sparkasse Bamberg bezuschusst den ersten Anzug. Bosch lädt zum naturwissenschaftlichen Wandertag in den Cleantech-Innovation-Park. Die Firmen gehen in Schulen, werben auf großen Plakaten und buhlen über Social Media um die Gunst potenzieller Azubis: Während junge Menschen vor nicht allzu langer Zeit für einen Ausbildungsplatz bei Bambergs größten Arbeitgebern noch Schlange standen, ist es heute quasi andersherum. Zum Ausbildungsstart am 1. September haben wir bei fünf der größten Arbeitgeber nachgefragt, wie viele Azubis sie gewinnen konnten, wie sich die Situation entwickelt und wie sie um Nachwuchs werben. Alle Befragten gaben dabei an, ihre Kennenlern-Angebote in den vergangenen Jahren stetig ausgebaut zu haben.

Bosch

Bei Bambergs größtem Arbeitgeber, unter anderem Automobilzulieferer und Hersteller von Haushaltsgeräten, beginnen **68 Azubis und drei dual Studierende** ihre Ausbildung. Damit sind alle offenen Plätze vergeben, sagt Ausbildungsleiter Jürgen Winkler. Die Zahl habe sich in den vergangenen fünf Jahren nicht wesentlich verändert – weder nach oben noch nach unten. Zusätzlich beginnen in der sich stark wandelnden Branche zehn Mitarbeiter eine Umschulung. „Bosch genießt insgesamt eine hohe Arbeitgeberattraktivität, spürt jedoch auch den

zunehmenden Wettbewerb um Auszubildende“, so Winkler. Punkten könne die Firma mit attraktiver Vergütung und qualifizierten Ausbildern. „In der Akquise junger Mitarbeiter legen wir sehr viel Wert auf den persönlichen Kontakt“ – etwa über Messen, Infoveranstaltungen, den Girls’ Day und an Schulen. Hier werden unter anderem Interessierte an naturwissenschaftlichen Fächern zum eingangs erwähnten Wandertag eingeladen. Zum Tag der offenen Tür im Ausbildungszentrum seien heuer 700 junge Besucher gekommen.

Brose

Auf Einblicke in den Beruf setzt auch Automobilzulieferer Brose, etwa durch Werksführungen und Videos in sozialen Medien. **16 Azubis und 16 dual Studierende** beginnen dort heute ihren Einstieg ins Berufsleben, so Firmensprecher Christian Hößbacher-Blum. Ausbildungen zum Fachinformatiker und Industriekaufmann und das duale Studium Wirtschaftsingenieurwesen erfreuten sich hoher Beliebtheit. Schwieriger gestalten sich die Nachwuchssuche etwa in der Softwareentwicklung und beim Studiengang Automobiltechnologie.

Die Anzahl der Azubis „ist im Vergleich zum bereits konstant hohen Niveau der vergangenen Jahre gestiegen, auch wenn nicht alle Stellen besetzt werden konnten“, so Hößbacher-Blum. Dies liege an einer rückläufigen Zahl an Bewerbungen, aber auch an mangelnder Eignung mancher Bewerber.

Sozialstiftung

Analog zum Girls’ Day bei den Technikfirmen wirbt die Sozialstiftung, die unter anderem die städtischen Kliniken betreibt, mit dem Boys’ Day. Aber auch in Schulen, auf Messen, auf Plakaten und in Social Media. Die Herausforderungen im medizinischen Bereich sind bekanntlich hoch, er sei aber „insofern attraktiv, da er viele Arbeitsplätze mit Zukunft anbietet“, so Sprecherin Bernadette Kneidinger-Müller. Neben den gesundheitlichen Berufen bietet die Sozialstiftung etwa auch Ausbildungen im Einkauf, der IT und der Verwaltung an.

Ab dem 1. September lassen sich **54 Menschen zur Pflegefachkraft, 37 zur Pflegefachhilfe, 25 zum Physiotherapeuten, zehn zum operationstechnischen Assistenten und acht zum anästhesietechnischen Assistenten** ausbilden. Bei den Pflegefachhelfern sind noch neun Plätze frei, bei den Fachkräften noch 26.

Sparkasse

Mit **14 jungen Menschen, die heute eine Lehre zum Bankkaufmann** starten, konnte die Sparkasse Bamberg die ausgeschriebenen Plätze sogar überbelegen, freut sich Ausbildungsleiter Florian Hübner. Für die geplanten Stellen für das Duale Studium (2) und die Ausbildung zur Marketing-Servicekraft (1) seien allerdings keine geeigneten Bewerber gefunden worden. Wie geplant beginnen noch ein Kaufmann für Digitalisierungs-

management und ein Immobilienkaufmann ihre Ausbildung. Auf lange Sicht seien die Bewerberzahlen zwar rückläufig. „Dennoch sind wir sehr froh, vergleichsweise viele Bewerbungen zu erhalten“, so Hübner. „Von 2022 auf 2023 sind die Bewerbungen für den Bankkaufmann sogar wieder um 15 Prozent gestiegen.“ Ein Bewerber müsse sich in etwa gegen acht Mitbewerber durchsetzen.

„Wir nutzen jeden möglichen Kanal, um für potenzielle Bewerber sichtbar zu sein“, sagt Hübner. Zur breit aufgestellten Werbung um Nachwuchs gehöre auch die Attraktivität als Arbeitgeber, etwa durch gute Löhne, „Shopping-Geld für das erste Business-Outfit“, volle Kostenübernahme für Fahrten mit dem öffentlichen Nahverkehr sowie „gute Übernahme- und Karrierechancen“.

Stadt Bamberg

Mit **28 neuen Azubis** sei die Stadt Bamberg zufrieden – wenngleich auch hier ein Rückgang der Bewerberzahlen zu vermelden sei. 15 Azubis starten bei Stadt und Service-Betrieb, zehn bei den Stadtwerken, je einer beim Müllheizkraftwerk, bei der Congress & Event GmbH und der Stadtbau. „Wir hätten in mehreren Bereichen gerne mehr Auszubildende eingestellt“, kommentiert Stadtsprecher Sebastian Martin, ohne nähere Zahlen zu nennen. Er betont: „Nur mit gut ausgebildeten Nachwuchskräften werden wir künftig noch unsere Aufgaben erledigen können, wie es die Bürger zu Recht von uns erwarten.“