



Vorträge und Keynotes für Ausbildungsbetriebe

Ausbildungsexpertin
Sabine Bleumortier



praxisorientiert - glaubwürdig - professionell

*„Die betriebliche Ausbildung ist nur dann erfolgreich,
wenn Ausbildende und Auszubildende gut ausgebildet sind.“*



Vortragsthemen	Seite 3
Nutzen der Vorträge	Seite 6
Referenzen	Seite 7
Sabine Bleumortier live	Seite 8
Vorträge auf Kongressen und Verbänden 2020 bis 2024	Seite 9
Was Sie alles auf der Homepage finden...	Seite 12
Umfrage zur Qualifizierung ausbildender Fachkräfte 2022	Seite 13
Ausbildungsexpertin als gefragte Interviewpartnerin	Seite 14
Interviewpartnerin der Radiosender	Seite 15
Profil Sabine Bleumortier	Seite 16
Die Autorin Sabine Bleumortier	Seite 19
Veröffentlichungen	Seite 20
Pressespiegel	Seite 22
Interview	Seite 68
Ehrenamtliches Engagement ... Einige Beispiele	Seite 69
Daten und Fakten zu Sabine Bleumortier – ERFOLGREICH AUSBILDEN	Seite 71
Bildquellen	Seite 72

Erfolgreich ausbilden für Azubiflüsterer®
- Was Ausbilder*innen von Gärtnern lernen können



Wie schaffen es Azubibetreuer erfolgreich auszubilden? Im Vortrag zeigt die Ausbildungsexpertin auf, was Ausbilder von Gärtnern lernen können. Dabei geht sie darauf ein, wie Auszubildende weiter entwickelt werden können und was es auf Seiten der ausbildenden Fachkräfte dazu braucht. Die Analogie zum Gärtner sorgt für kurzweilige und einprägsame Momente. Viele Tipps aus der Praxis machen die Zuhörer zum Azubiflüsterer®.

Zielgruppe: alle Mitarbeiter, die Auszubildende betreuen, Ausbildungsbeauftragte, ausbildende Fachkräfte

Ausbildungsmarketing für Azubiflüsterer®
- wie Sie Schüler*innen für Ihren Ausbildungsbetrieb begeistern



Jammern über fehlende Bewerbungen und unbesetzte Ausbildungsplätze hilft nicht weiter. Um die junge Generation anzusprechen, müssen Betriebe als attraktives Unternehmen mit spannenden Berufen auf sich aufmerksam machen. Im interaktiven Vortrag lernen Ausbilder vier Erfolgsfaktoren kennen, mit deren Hilfe sich jeder Schritt für Schritt ein Ausbildungsmarketingkonzept erstellen und damit Schüler für sein Unternehmen begeistern kann. Mit den praktischen Tipps können die Teilnehmer nach der Veranstaltung mit der Umsetzung beginnen und sich als attraktiver Arbeitgeber positionieren.

Zielgruppe: Ausbildungsleiter, -referenten, -verantwortliche

Hilfe, die Generationen Z und Alpha kommen!
- Wie sie ticken und was das für die Arbeitswelt bedeutet



Was erwarten die Generationen Z und Alpha? Welche Wünsche hat sie und was bedeutet das für Unternehmen, Führungskräfte und Mitarbeiter? Die Rednerin möchte das Verständnis für die Jugendlichen erhöhen und ein besseres Zusammenleben über Generationen hinweg ermöglichen.

Und wieviel Generation Z steckt in Ihnen? Finden Sie es heraus und nehmen zudem ein paar praktische Tipps und Handlungsempfehlungen für den Umgang mit der neuen Generation mit.

Zielgruppe: Ausbildungsleiter, Ausbilder, ausbildende Fachkräfte, Fachkräfte, Führungskräfte, Geschäftsführer, alle Mitarbeiter eines Unternehmens

Hilfe, ein Azubi kommt!
- Wie Sie zum Azubiflüsterer® werden



Der Vortrag zeigt den Weg zum Azubiflüsterer® in fünf Schritten auf und erklärt die wichtigsten Themen, die ausbildende Fachkräfte kennen müssen. Die Analogie zur Hundebetreuung macht vieles klarer und regt zum Schmunzeln an. Tipps und Beispiele aus der Praxis erleichtern die Umsetzung in den Ausbildungsalltag.

Dann macht Ausbilden Spaß - dem Azubibetreuer® und dem Auszubildenden.

Zielgruppe: alle Mitarbeiter, die Auszubildende betreuen, Ausbildungsbeauftragte, ausbildende Fachkräfte

Vortrag zum Buch

Rezensionen zum Buch (Auszüge)
mehr auf [amazon.de](https://www.amazon.de)

„Ein Muss für jeden Azubibetreuer.“ Heike Holz

„Unbedingte Kaufempfehlung.“ S. Lenz

„Sabine Bleumortier beschreibt kenntnisreich, kompakt und mit spürbarem Enthusiasmus die Chance, sich zum Azubiflüsterer zu entwickeln. Das Buch hat gefehlt, es erleichtert jedem Betrieb und Unternehmen die Arbeit und es gehört auf jeden Schreibtisch.“
Anke Fabian



Wie KMUs Auszubildende finden und binden
- Impulse für Ausbilder*innen im Mittelstand



Viele mittelständische Betriebe sehen sich im Nachteil gegenüber Großunternehmen. Warum dies die falsche Einstellung ist und wie gerade KMUs Auszubildende überzeugen und an das Unternehmen binden können, erfahren die Teilnehmer im Vortrag.

Die Ausbildungsexpertin Sabine Bleumortier geht auf wichtige Faktoren im Ausbildungsmarketing ein und gibt praktische Tipps für das Finden und Binden von Auszubildenden.

Zielgruppe: Führungskräfte, Ausbildungsleiter, Ausbildungsverantwortliche

Vortragsthemen

Knigge für Ausbilder*innen

- Auszubildende begeistern und zum attraktiven Ausbildungsbetrieb werden



Ausbildungsbetriebe erwarten gute Umgangsformen von ihrem Nachwuchs. Aber wie sieht es mit dem eigenen Verhalten aus? Ist dieses immer optimal? Leider nein, wie die Ausbildungsexpertin Sabine Bleumortier aus eigener Erfahrung weiß. Im Impulsvortrag zeigt sie auf, wie Ausbilder und Ausbildungsbeauftragte wertschätzendes Verhalten gegenüber ihren Auszubildenden zeigen, dadurch begeistern und zum attraktiven Ausbildungsbetrieb werden.

Zielgruppe: Ausbildungsleiter, Ausbildungsverantwortliche, ausbildende Fachkräfte, Ausbilder, Führungskräfte

Auf Augenhöhe ausbilden

- was bedeutet das eigentlich?



Der Begriff „Augenhöhe“ ist gerade in aller Munde. Aber was bedeutet das eigentlich genau? Wie können wir mit Auszubildenden auf Augenhöhe kommunizieren? Kann gleich die gesamte Ausbildung auf eine völlige Gleichberechtigung ausgerichtet werden?

Im Vortrag wird anhand vieler praktischer Beispiele erklärt, wie „Augenhöhe“ von Ausbildern wie Auszubildenden gelebt werden kann – und welche Grenzen es gibt.

Zielgruppe: Ausbildungsleiter, Ausbilder, ausbildende Fachkräfte, Führungskräfte, Geschäftsführer, alle Mitarbeiter eines Unternehmens

Motivierte Ausbilder*innen = Motivierte Auszubildende?

- Wie Sie sich und Ihre Auszubildenden motivieren



Was hat die eigene Motivation mit der Motivation der Auszubildenden zu tun? Darum geht es in diesem Vortrag. Es werden Grenzen und Möglichkeiten der Motivation von Auszubildenden aufgezeigt.

Die Zuhörer bekommen praktische Tipps für die eigene Motivation als Ausbilder oder ausbildende Fachkraft und verlassen den Vortrag motiviert. So kann der Funke der Begeisterung schnell zum Auszubildenden überspringen.

Zielgruppe: Ausbildungsleiter, Ausbilder, Ausbildungsreferenten, Ausbildungsverantwortliche, Azubibetreuer

Wie Azubiflüsterer® Auszubildende an ihr Unternehmen binden
- vor, während und am Ende der Ausbildungszeit



Passende Auszubildende zu finden, ist nicht einfach, diese schon nach Vertragsabschluss an den Ausbildungsbetrieb zu binden auch nicht. Anschließend stellt sich die Frage, wie die Ausbildung gestaltet werden kann, um Auszubildende am Ende der betrieblichen Ausbildung nicht zu verlieren.

Sehen Sie die Ausbildung als Heimathafen! An welcher Stelle Azubiflüsterer ansetzen, um Auszubildende an ihr Unternehmen zu binden, darüber erfahren Sie im Vortrag mehr.

Zielgruppe: Ausbildungsleiter, Ausbilder, Ausbildungsreferenten, Ausbildungsverantwortliche

Nutzen der Vorträge

- ✓ Sie erhöhen Ihre Attraktivität als Ausbildungsbetrieb.
- ✓ Sie steigern die Ausbildungsqualität im Betrieb.
- ✓ Sie erhöhen die Motivation Ihrer Ausbilder und Auszubildenden.
- ✓ Sie verbessern die Ausbildungskompetenz Ihrer Ausbilder und Ausbildungsbeauftragten.
- ✓ Sie werten den Stellenwert der Berufsausbildung im Betrieb auf.
- ✓ Sie vergrößern Ihr Image als innovativer Ausbildungsbetrieb.
- ✓ Sie senken Ausbildungsabbrüche und arbeiten aktiv gegen den Fachkräftemangel.
- ✓ Sie sichern die Zukunft Ihres Unternehmens.
- ✓ **Sie (er)leben Ausbildungsbegeisterung.**



Einzigartige Ausbildung anbieten

Referenzen zu den Vorträgen

Brandenburgische Kommunalakademie
Bundesverband der Systemgastronomie e.V.
Deutsches Rotes Kreuz e.V.
IHK Ostbrandenburg
Kölner Verkehrs-Betriebe AG
Landkreis Osnabrück
Landratsamt Garmisch-Partenkirchen / Bildungsregion
ThyssenKrupp Rasselstein GmbH
ZF Friedrichshafen AG

Kundenstimmen

„Das Feedback zum Vortrag war durchweg positiv. Ihr Vortrag war unterhaltsam und locker. Und durch die Einbeziehung der Zuhörer war es für diese kurzweilig und lehrreich.“
Birgit Döhne (Frankenpost Verlag GmbH)

„Toll, wie leicht & locker, unterhaltsam und gleichzeitig hochprofessionell Dein Vortrag war. Chapeau! Merci auch für die wertvollen Gedankenregungen wie ein effektives Zusammenspiel der unterschiedlichen Generationen funktionieren kann.“
Karin Maria Schertler (Geschäftsleiterin – Serviceplan Agenturgruppe)

**Statements zur Keynote „Von der Kunderziehung zum Azubiflüsterer®“
im Rahmen der Prüfung zum „Professional Speaker GSA (SHB)“:**

„Sabine Bleumortier ist eine fantastische Rednerin, die es auf sehr intelligente, anschauliche und lebendige Weise schafft, ihr Publikum für das Thema Ausbildung zu begeistern. Ich bin ein Fan von ihr!“

Dr. Stefan Frädrich (Motivationsexperte, Bestsellerautor)

„Sabine Bleumortier hat mich mit Ihrer Keynote restlos begeistert. „Es war ein Vortrag, der Substanz und Wirkung hatte. Vorgetragen von einer begeisternden Rednerin, von der wir sicherlich noch viel hören werden.“

René Borbonus (Vortragsredner, GSA-Dozent)

„Gutes Thema – toller Dreh – mitreißender Vortrag. Herzlichen Glückwunsch zum ausgezeichneten „Professional Speaker“, Sabine!“

Sabine Asgodom (CSP, Mitglied der GSA Hall of Fame, Inhaberin von ASGODOM LIVE, München)

Sehen Sie sich drei Videos mit Vortragsausschnitten an.



Sie finden diese unter www.bleumortier.de (-> Profil -> Videos).

Zudem gibt es eine Reihe von **Ausbildertipps auf YouTube**.



Lerneinheiten vorbereiten für Ausbilder



Wie Ausbilder Feedback vom Azubi erhalten



Wie Sie ein Schülerpraktikum erfolgreich gestalten können



Warum Azubimarketing nur mit Ehrlichkeit funktioniert.

Folgen Sie dem [Kanal ErfolgreichAusbilden](#) und Sie werden automatisch über neue Videos informiert.

Vorträge auf Kongressen und bei Verbänden 2020

24. November 2020 Vortrag "Hilfe, schon wieder ein Azubi! – Wie Sie ausbildende Fachkräfte gewinnen, motivieren und qualifizieren"
auf dem **Deutschen Ausbildungsleiterkongress**
Ort: online
Veranstalter: Wolters Kluwer Deutschland GmbH

Vorträge auf Kongressen und bei Verbänden 2021

24. Juni 2021 Impulsvortrag "Ausbildungsbeauftragte gewinnen und qualifizieren"
beim **DIALOG LIVE**
Ort: online
Veranstalter: wirAUSBILDER – NWB-Verlag
2. Juli 2021 Impulsvortrag: Wie KMUs Auszubildende finden und überzeugen
im Rahmen von **#ServusMittelstand!**
Ort: online
Veranstalter: BVMW
30. September 2021 Vortrag "Auf Augenhöhe ausbilden? Was bedeutet das eigentlich?" auf
der **L&Dpro**
Ort: München
Veranstalter: HRM Institute GmbH & Co. KG / GSA-Theatre: German
Speakers Association
24. November 2021 Vortrag "Knigge für Auszubildende"
auf dem **HRocks Human Resources Congress**
Ort: Düsseldorf und online
Veranstalter: FLEET Education Events GmbH



Praktische Impulse mitnehmen

Vorträge auf Kongressen und bei Verbänden 2022

13. September 2022 „Ausbildungsmarketing für Azubiflüsterer – wie Sie Schüler für Ihren Ausbildungsbetrieb begeistern“ auf **AV-Forum**
Ort: online
Veranstalter: Arbeitgeberverband Lüneburg – Nordostniedersachsen e.V.
14. Oktober 2022 „Ausbildungsmarketing für Azubiflüsterer – wie Sie Schüler für Ihren Ausbildungsbetrieb begeistern“ auf der **Gütezeichen-Jahrestagung**
Ort: online
Veranstalter: Gütegemeinschaft sachgemäße Wäschepflege e.V.
24. November 2022 „Knigge für Auszubildende“
Ort: online
Veranstalter: Verein zur Förderung der Beruflichen Bildung an der **Vogelsbergschule Lauterbach** e. V.
1. Dezember 2022 „Ausbilden auf Augenhöhe“ für **Netzwerk Q 4.0**
Ort: online
Veranstalter: Bildungswerk der Niedersächsischen Wirtschaft gemeinnützige GmbH

Vorträge auf Kongressen und bei Verbänden 2023

23. Oktober 2023 „Bindung von Auszubildenden“ auf **AOK-Ausbildertage 2023**
Ort: online
Veranstalter: AOK Bundesverband



Ausbildungsbegeisterung (er)leben



Vorträge auf Kongressen und bei Verbänden 2024

29. Februar 2024 „Erfolgreich ausbilden für Azubiflüsterer®“ auf dem **3. Impulstag der SHK-Handwerksbetriebe**
Ort: München
Veranstalter: SHK Innung München
24. April 2024 „Fit für ChatGPT – die intelligente Assistenz für Ihren Ausbildungsalltag“ auf der **ABG-Ausbildertagung 2024**
Ort: online
Veranstalter: ABG GmbH
27. April 2024 „Generation Z verstehen und begeistern“ auf dem **Landesverbandstag 2024**
Ort: Karlsruhe
Veranstalter: GBK „Dach“ GmbH
19. Juni 2024 „Wie Azubiflüsterer® Auszubildende finden, binden und halten“ auf dem **Berufsbildungskongress Metallhandwerk**
Ort: online
Veranstalter: Bundesverband Metall

Aktuelle Termine unter www.bleumortier.de



Was Sie alles auf der Homepage finden...

- ... Aktuelle Termine der **offenen Veranstaltungen** von Sabine Bleumortier
- ... **Podcast AUSBILDUNG TO GO**
- ... Informationen zu **Inhouse-Trainings für Ausbilder und ausbildende Fachkräfte**
- ... Infos und Termine zur allen **Onlineangeboten** wie **Webinaren für Ausbilder**, **Video-Kursen**, **Live-Trainings** und mehr
- ... **E-Book mit 20 Checklisten** für den Ausbildungsalltag



- ... Link zum **Test**: Sind Sie schon Azubiflüsterer®?
- ... Ein **Ausbildernetzwerk**

Mit persönlichen Treffen bei den Ausbilder-Networking-Abenden in München oder Online-Austausch für Ausbilder und natürlich über die Sozialen Medien. Vernetzen Sie sich gerne mit mir und anderen Ausbildern.



- ... **Newsletter** für Ausbilder

Aktuelle Informationen rund um die Berufsausbildung - kostenlos. Der Newsletter erscheint quartalsweise. Lassen Sie sich in den Verteiler aufnehmen.

- ... **Buchverkauf**

Gerne erhalten Sie Bücher von Sabine Bleumortier mit persönlicher Widmung – auch in größeren Mengen.

- ... **BLOG**

Mit aktuellen Informationen für Ausbilder und alle Ausbildungsinteressierten.

www.bleumortier.de

Umfrage zur Qualifizierung ausbildender Fachkräfte 2022

Einblick in die **Ergebnisse**:

- In über der Hälfte der Ausbildungsbetriebe (52 %) sind die Aufgaben der Azubibetreuer nicht schriftlich dokumentiert.
- Fast ein Drittel (29 %) der ausbildenden Fachkräfte gibt an, dass sie nicht auf die Azubibetreuung vorbereitet wurden. Bei den Ausbildungsleitern sind dies noch 22 Prozent.
- 73 Prozent der Ausbildungsleiter bereiten die Azubibetreuer durch ein persönliches Gespräch vor.
- Etwa die Hälfte der befragten Betriebe bietet Trainingsmaßnahmen für ausbildende Fachkräfte an (52 % Ausbildungsbetriebe, 49 % ausbildende Fachkräfte).
- Ausbildende Fachkräfte stehen den digitalen Formen sehr aufgeschlossen gegenüber und wünschen sich insbesondere Onlinekurse zum selbständigen Erarbeiten der Inhalte.

In der nebenstehenden **Infografik** erfahren Sie mehr.

Weitere Ergebnisse, Details und Handlungsempfehlungen werden in einem **Management Summary** zur Verfügung gestellt. Dieses kann per Mail angefordert werden.

Die Online-Umfrage wurde von Februar bis April 2022 von Sabine Bleumortier durchgeführt. Es haben sich 296 Ausbildungsleiter und 139 ausbildende Fachkräfte beteiligt.





 heute.de

impulse
Ideen umsetzen. Werte schaffen

DER TAGESSPIEGEL


Handelsblatt  Berliner Morgenpost
SUPER^{illu} Süddeutsche Zeitung





Expertin zu den Themen

- Knigge für Auszubildende
- Small Talk für Auszubildende
- Ausbildungsmarketing
- Fachkräftemangel
- Ausbildungsbeginn

und mehr Themen rund um die betriebliche Ausbildung





*„Die betriebliche Ausbildung ist nur dann erfolgreich,
wenn Auszubildende und Ausbilder gut ausgebildet sind.“*

Nach dem Studium sammelte Sabine Bleumortier erste Berufserfahrung im Marketing (Primärmarktforschung) eines Elektronik Konzerns.

Anschließend wechselte sie in den Personalbereich eines international tätigen Industrieunternehmens und verantwortete dort acht Jahre als Ausbildungsleiterin die gesamte Berufsausbildung.

Die Ausbildung ist für Bleumortier einer der spannendsten Bereiche im Personalwesen. Daher hat sie sich weiter auf dieses Thema spezialisiert.

Seit 2007 ist sie deutschlandweit als selbständige Beraterin, Trainerin und Rednerin rund um das Thema Berufsausbildung tätig. Neben Seminaren zur Ausbilderqualifizierung für Ausbilder wie auszubildende Fachkräfte und Trainings für Auszubildende hält sie erfolgreich Vorträge und Keynotes auf Kongressen ebenso wie in Ausbildungsbetrieben.



Studium der Sozioökonomie an der Universität Augsburg mit den Schwerpunkten Personalwesen und Organisation (Abschluss: Dipl.-Ökonomin Univ.)

Beruflicher Werdegang

- 1996 – 1999 Marktforscherin Primärmarktforschung (Schwerpunkt Kundenzufriedenheitsstudien) bei der *Siemens AG*
- 1999 – 04/2007 Ausbildungsleiterin für den Standort München bei der *Infineon Technologies AG* (ab Mai 2006: *Qimonda AG*)
zeitweise zusätzlich Trainingsmanagerin
- seit 05/2007 selbständige Rednerin, Trainerin, Beraterin und Autorin

Aus- und Fortbildung

- 2004 9-monatige Trainerausbildung bei Sonnenholzer Beratung
Abschluss: BaTB und BDVT geprüfte Trainerin und Beraterin
- 2006 Autorisierungsseminar DISG Persönlichkeitsmodell
Abschluss: autorisierte DISG-Trainerin
Geänderter Name: persolog® Persönlichkeitsmodell

Basiskurs der Ausbildung zum Systemischen Business Coach (SBC)®
- 2007 Ausbildung zur Repräsentations-Trainerin am TAKT & STIL-College
(Umgangsformen, Small Talk, Business-Kleidung, Tischkultur/Savoir vivre)
- 2008 Ausbildung zum Personal Coach bei Competence on Top
- 2011 Professional Speaker GSA (SHB)
- 2019 Abschluss Rhetorik-Ausbildung bei René Borbonus
- 2022 COMMUNICO Respekt-Trainerin (von René Borbonus lizenziert und ausgebildet)
- Ständige Fortbildung zu relevanten Themen

Auszeichnungen

Trainerpreis des BaTB 2004 in der Kategorie Personal-Management

2. Preis MediaAward 2009 in der Kategorie Kommunikationskonzept

Jahrgangsbeste bei der Abschlussprüfung zum Professional Speaker GSA (SHB) 2011



Mitgliedschaften

Partnerunternehmen



Bundesverband mittelständischer Unternehmen



Gesellschaft zur Förderung Angewandter Betriebswirtschaft und Aktivierender Lehr- und Lernmethoden in Hochschule und Praxis e.V.



German Speakers Association



Verband deutscher Unternehmerinnen

Besonderheiten



Professional Speaker GSA (SHB)



Aufgenommen bei brainGuide seit 2012



3 Bücher



Auszubildende erfolgreich ausbilden und an das Unternehmen binden:
44 Tipps zur Azubibindung

Jünger Medien, 2019



„Hilfe, ein Azubi kommt! – Was Azubibetreuer wissen müssen“

Christiani, 3. Auflage 2023



„Ausbildungsbeauftragte gewinnen, qualifizieren und motivieren“

Christiani, 2009

und zahlreiche weitere Fachbeiträge



Veröffentlichungen (Auszug)

(vollständige Übersicht unter www.bleumortier.de)

- 2011 Der erste Eindruck ist entscheidend - Das erste Zusammentreffen von Auszubildendem und Ausbilder im neuen Fachbereich
in: Wirtschaft und Berufserziehung, Hrsg. R. M. Kieslinger, Ziel GmbH, 2/11
- 2012 Pimp up your homepage – Die moderne Ausbildungshomepage
in: Bildungspraxis, Dr.-Ing. Paul Christiani GmbH & Co. KG, Ausgabe 02/2012
- 2012 „Einstellungsformalitäten bei neuen Auszubildenden“
in: Ausbilder-Handbuch, 134. Erg.-Lfg.-Februar 2012, Deutscher Wirtschaftsdienst
- 2013 „So positionieren Sie die Ausbildung intern richtig“
in: HR Performance (Sonderheft Azubi-Management), Verlagsgruppe Hüthig Jehle Rehm GmbH, April 2013
- 2013 „Neue Ausbilder braucht das Land - vom Ausbilder 1.0 zum Ausbilder 3.0“
in: Bildungspraxis, Dr.-Ing. Paul Christiani GmbH & Co. KG, September 2013
- 2013 „Wie Sie Ausbildungsabbrüche vermeiden können“
in: Die Ausbilder, NWB Verlag GmbH & Co. KG, 2/2013
- 2013 „Azubi-Blogs erfolgreich einsetzen“
in: Ausbilder in der chemischen Industrie, Dr. Curt Haefner-Verlag GmbH, 5/2013
- 2014 „Wie Azubis ihre Ausbilder begeistern“
in: Ausbilder in der chemischen Industrie, Dr. Curt Haefner-Verlag GmbH, 1/2014
- 2014 Keine Zeit zum Ausbilden? – Wie Ausbildungsbeauftragte trotz Zeitdruck gut Ausbilden können
in: HR Performance Sonderheft Azubi-Management 2014
- 2014 Ausbildungsbeauftragte im Unternehmen
in: Ausbilder in der chemischen Industrie, Dr. Curt Haefner-Verlag GmbH, 3/2014
- 2014 Do's and Don'ts im Umgang mit der Generation Y
Haufe Akademie, Newsletter und Blog, 19. August 2014
- 2015 Elf Tipps: Wie Sie Ihr Lehrlingsmarketing verbessern können
in: Newsletterausgabe 01/2015 ausbilder.at

Veröffentlichungen (Auszug – Fortsetzung)

- 2015 Wie halte ich den Azubi? Bindung von Auszubildenden am Ausbildungsende
in: HR Performance Sonderheft Modernes Ausbildungsmanagement 2015
- 2015 Erfolgsrezept Wertschätzung macht Sie zum Azubiflüsterer
in: Erfolgsrezepte für Ihr Personalmanagement: Impulse zur Neuorientierung,
Ulla Schneider (Hrsg.), BoD E-Short, E-Book, 8/2015
- 2016 Stellenanzeige: So überzeugen Sie die Generation Z
in: wir AUSBILDER, NWB Verlag GmbH & Co. KG, Special Recruiting 2016
- 2016 Pimp up your Ausbildungskonzept
in: Bildungspraxis, Didacta Ausstellungs- und Verlagsgesellschaft mbH, 2/2016
- 2017 Keine Zeit für Langeweile – Wie Sie Azubis auch für Routinearbeiten motivieren
in: wir AUSBILDER, NWB Verlag GmbH & Co. KG, 5/2017
- 2017 Wie ausbildende Fachkräfte heute qualifiziert werden
in: Grundlagen der Weiterbildung Praxishilfen, 152. Erg.-Lfg. – August 2017,
Wolters Kluwer Deutschland GmbH
- 2017 Wie Azubiflüsterer die junge Generation führen
in: IMPULSE für wirksame Führung, Jünger Medien Verlag, 2017
- 2018 Ausbilden auf Augenhöhe
in: wir AUSBILDER, NWB Verlag GmbH & Co. KG, 3/2018
- 2018 Raus aus dem Sandwich
in: Bildungspraxis, Didacta Ausstellungs- und Verlagsgesellschaft mbH, 3/2018
- 2019 5 Tipps für gutes Ausbildungsmarketing
in: Bildungspraxis, Didacta Ausstellungs- und Verlagsgesellschaft mbH, 4/2019
- 2019 Wie ausbildende Fachkräfte heute qualifiziert werden
in: GABAL impulse, 3/2019
- 2020 Eine erfolgreiche Ausbildung braucht qualifizierte ausbildende Fachkräfte
in: HR Performance, 1/2020
- 2021 Was läuft falsch im Azubi-Management?
in: Personal Entwickeln, 261. Erg.-Lfg. – Januar 2021, Deutscher Wirtschaftsdienst
- 2022 Ausbildungsmarketing heute – die erfolgreiche Ansprache von Auszubildenden
in: Fachkräftesicherung im ländlichen Raum, Hochschule Augsburg,
Prof. Dr. Erika Regnet (Hrsg.)



(vollständige Übersicht unter www.bleumortier.de)

handwerk.com (3. Juni 2024 – online): 5 Tipps: So werden Praktika zum Erfolg

IKKclassic (Februar 2023): Feedbackgespräch als Azubi: wie es dich in der Ausbildung weiterbringt

Worldskills Germany Magazin (Nr. 22 / April 2022 – print): 7 Tipps, wie Sie junge Menschen in der Ausbildung fördern können

Businesstak am Kudamm (23. Juni 2021 – online): International ist unsere Ausbildung sehr anerkannt

IHK Zeitung (März 2021 – online): Pro & Contra: Duzen kontrovers

handwerk.com (25. Januar 2021 – online): Corona-Knigge für Azubis: 7 Tipps für mehr Sicherheit

POSITION (29. September 2020 – online und print IV. Quartal/2020): Willkommen im Betrieb!

Deutsche Handwerks Zeitung (15. September 2020 – online): So verhelfen Sie Ihren Azubis zu mehr Selbstständigkeit

ZEIT ONLINE (22. Juni 2020 – online): Respektvoller Umgang: Wie Auszubildende ernst genommen werden

Deutsche Handwerks Zeitung (5. November 2019 – online/8. November 2019 – print): Auf Augenhöhe mit der Generation Z

position (III.Quartal 2019 – print): Kontakt auf Augenhöhe

Süddeutsche Zeitung (10. Juli 2019 – online): Wissenswertes zum Ausbildungsstart

Handelsblatt (8. Juli 2019 – online): Guter Start mit dem neuen Azubi: Was Ausbilder wissen müssen

Handwerk.com (18.4.19 – online): Stress mit Azubis? 5 Tipps gegen Ausbildungsabbruch

bottrop. (1.2.19 – online): Ausbildungsmarketing für Azubiflüsterer

Landwirtschaftskammer Niedersachsen (25.10.18 – online): Den Übergang von Schule in den Beruf erfolgreich gestalten

binkos (LK Osnabrück, 1.3.18 – online): Fachtagung der Servicestelle Schule-Wirtschaft gab Tipps für künftige „Azubi-Flüsterer“

Bundesverband der Systemgastronomie (14.8.17 – online): „Im Zeichen der Generation Z“

Seite 22 von 73



Pressespiegel - Fortsetzung (Auszug)

Hallertau.info (29.6.17 – online): Unternehmerfrühstück des KUS beleuchtet Ausbildungssituation

Der Tagesspiegel (11. Februar 2017 – print): Zuhören wirkt Wunder

Fachmagazin #ausbilden (4/2016 – print): Jenseits der Grenze ist das Gras auch nicht grüner

Berliner Morgenpost (4. August 2016 – online): Azubi-Knigge: Zehn Tipps für einen erfolgreichen Jobstart

Kärntner Wirtschaft (Nr. 15/2016 – print): Lehrlinge wollen Kommunikation auf Augenhöhe

AOK Niedersachsen "praxis aktuell" (2/2015 – print): Statements im Artikel "Junge Botschafter"

Haufe.de/Personal (15. Januar 2015 – online): Elf Gründe: Warum die Zahl der unbesetzten Azubi-stellen steigen wird

business-netz.com (30.06.2014 – online): Interview zum Buch „Hilfe, ein Azubi kommt!“

Gastronomie Praxis (Mai 2014 – print): „Wie Auszubildende ihre Ausbilder begeistern“

UNICUM (05-2014 – print): Statements im Artikel „Hallo & Tschüss“

FRANKENPOST (21. Mai 2014 – print): „Ladys first“ ist Geschichte

AOK PLUS Erfolgreich Ausbilden (1/2014 – print): Statements im Artikel „ Von Auszubildenden lernen“

AGITANO Wirtschaftsforum Mittelstand (19. Februar 2013 – online): Das bisschen Ausbildung geht doch nebenher – 5 Tipps für Ausbilder

FRANKENPOST (28. Juli 2012 – print): Wer kleinschreibt, zahlt schlecht

wirtschaft + weiterbildung (02/2012 – print, S. 12): Jahrgangsbeste der GSA-University geehrt

n-tv (04.07.2011 – online): Erster Ausbildungstag: Vorstellen und Fragen stellen

position - IHK-Magazin für Berufsbildung - Heft 3 (3. Quartal 2010 - print): Wissen muss ankommen

Express (17.11.2009 – online): Der kleine Knigge für Azubis

Artikel auf den folgenden Seiten (Auszug)

Businessstark am Kudamm

Sabine Bleumortier ist professionelle Speakerin und Trainerin. Mit ihr sprechen wir über Coronakrise, gebeutelte Branchen sowie Anpassung von Ausbildungskonzepten.



Sabine Bleumortier

Der Fachkräftemangel in Ausbildungsberufen ist geraumer Zeit ein großes Thema. Welche Auswirkungen hatte die Corona-Pandemie auf die ohnehin schon wackelige Ausbildungsbranche?

Sabine Bleumortier: Das ist natürlich unterschiedlich, weil nicht alle Branchen gleichermaßen von der Coronakrise betroffen sind. Die besonders stark gebeutelten Branchen haben ihre Ausbildungsplätze teils deutlich reduziert. Das führt insgesamt dann zu einem geringeren Angebot an Ausbildungsplätzen. Zudem ist die Nachfrage nach Berufen z.B. im Hotel- und Gastronomiegewerbe gesunken.

Aber es gibt ebenso Unternehmen, die zwar aufgrund der Corona-Pandemie Ausbildungskonzepte (z.B. Ausbilden im Homeoffice) anpassen mussten, aber an der Zahl der jährlichen Neueinstellungen an Auszubildenden nichts geändert haben.

Welche Gründe sehen Sie in der sinkenden Nachfrage? Handelt es sich einzig um Verunsicherung seitens der potentiellen Bewerberinnen und Bewerber?

Sabine Bleumortier: Die Verunsicherung ist tatsächlich da und hat bei der jungen Zielgruppe dazu geführt, dass diese sich eher für vermeintlich sicherere Branche interessieren oder weiter zur Schule bzw. zum Studium gehen. Natürlich spielt es zudem eine Rolle, dass ein Studium in unserer Gesellschaft immer noch als besonders erstrebenswert angesehen wird.

Und aus meiner Sicht haben es die Ausbildungsbetriebe versäumt, den Umgang mit der Coronakrise während der Ausbildung ausreichend zu kommunizieren. Nach dem ersten Schock im Frühjahr 2020 waren die meisten Ausbilder sehr engagiert, und haben viele kreative Lösungen gefunden, um ihre Auszubildenden weiter gut auszubilden.

Vielfach kritisiert wird die mangelnde Attraktivität der Ausbildungsberufe aufgrund der geringen Entlohnung und den familienunfreundlichen Arbeitsbedingungen, als Beispiel in der Pflege. Nun kommt zudem die Verunsicherung durch die Corona-Pandemie hinzu. Welche Möglichkeiten haben Unternehmen noch, um die nächste Generation

Businessstark am Kudamm



für sich zu gewinnen?

Sabine Bleumortier: Es muss nicht immer der monetäre Anreiz im Sinne einer hohen Ausbildungsvergütung sein. Auch Zusatzleistungen wie das kostenlose Mittagessen, die Übernahme der Fahrtkosten oder ein Zuschuss zur Unterkunft sprechen viele Jugendliche an. Ebenso sind hier aber auch die Weiterbildungsmöglichkeiten im Beruf zu nennen.

„Was ist das Besondere an Ihrem Unternehmen / an Ihrem Ausbildungsberuf?“ Diese Frage sollten die Betriebe beantworten können und den speziellen und ganz individuellen Nutzen herausstellen.

Gerade KMUs sehen sich hier oft im Nachteil gegenüber den Großunternehmen. Dabei bieten diese viele Pluspunkte, die für die Generation Z sehr attraktiv sind.

Immer mehr Schulabgänger entscheiden sich aufgrund der besseren Bedingungen für ein Studium. Was bedeutet dies für Ausbildungsberufe im Zusammenhang mit der Akademisierung. Werden in Zukunft vielleicht auch Tischler, Konditoren und Maler in einer Hochschuleinrichtung ausgebildet?

Sabine Bleumortier: Ich hoffe nicht, weil es aus meiner Sicht der falsche Weg wäre. International ist unsere Ausbildung sehr anerkannt. Darauf sollten wir stolz sein und diese nicht akademisieren.

Fachkräfte werden zwar dringend gebraucht, doch muss der Beruf auch die wirtschaftliche Unabhängigkeit garantieren können. Was raten Sie der kommenden Generation, die vor der Entscheidung Ausbildung oder Studium steht?

Sabine Bleumortier: Ich empfehle viele Praktika zu machen und sich dort genau anzusehen, was einem liegt und was man später machen möchte (oder eben gerade nicht). Es geht nicht darum, welche Erwartungen Eltern oder das Umfeld an die Berufswahl haben, sondern das zu tun, was man selbst möchte. Das kann die Ausbildung sein, bei der man gleich in der Praxis startet und Geld verdient oder ein Studium – oder auch noch die Kombination mit einem Dualen Studium.

Dieses Jahr sind erneut 15.000 weniger Lehrstellen angeboten worden. Hinzu kommt, dass trotz des geringeren Angebots ein großer Teil der Lehrplätze unbesetzt bleibt. Welche Prognose geben Sie für die Ausbildungsbranche?

Sabine Bleumortier: Vielleicht bin ich bei diesem Thema zu idealistisch, aber ich sehe durchaus eine positive Zukunft für die betriebliche Ausbildung. Diese ist gut und hat viele Vorteile. Klar ist manches im Umbruch (ich sage nur „Digitalisierung“) und einige Prozesse müssen schneller und moderner werden. Die Ausbildung sollte in der Gesellschaft noch viel sichtbarer sein und zudem das tolle Engagement der Ausbilder und Azubibetreuer in den Fachbereichen mehr gewürdigt werden.

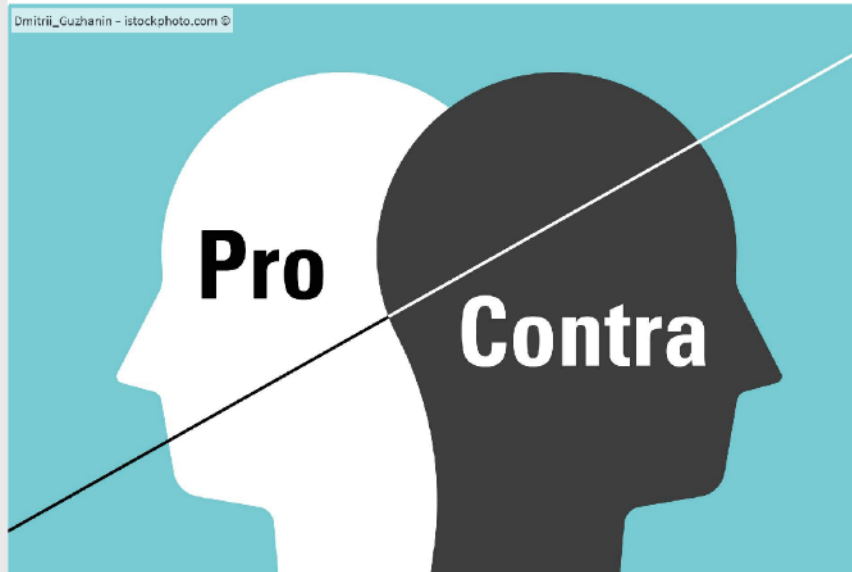
Wir brauchen nicht nur Akademiker, sondern auch viele gute Fachkräfte.

Frau Bleumortier, vielen Dank für das Gespräch!

Betrieb + Praxis | Standpunkte

Pro & Contra: Duzen kontrovers

Dmitrii_Guzhianin - istockphoto.com ©



Was halten Sie vom Duzen im geschäftlichen Kontext?

„Per Du gemeinsam schneller zu Lösungen kommen.“

Michael Scherr (31), Scherr Fachhandel, Mühldorf a. Inn

Für mich ist Duzen die höchste Form der Anerkennung. Ich duze mich nicht nur mit meinen Mitarbeitern, sondern auch mit den meisten Kunden, Lieferanten und Angestellten meiner Hausbank. Mit einer solchen Ansprache drücke ich meine persönliche Wertschätzung aus und fühle mich ganz als bayerischer Unternehmer. In anderen deutschen Regionen mag ein distanzierterer Ton üblich sein, das hängt sicher auch von den Persönlichkeiten der Gesprächspartner ab. Ich bin da anders und ziehe das Du auch deshalb vor, weil ich mit meinem Gesprächspartner vertrauensvoll umgehen möchte. Wir kommen dann gemeinsam schneller zu Lösungen. Mit Mitarbeitern kann ich so leichter zusammenarbeiten und mit Kunden schneller faire Konditionen aushandeln.

Auch mit neuen Mitarbeitern und Ansprechpartnern möchte ich mich deshalb möglichst schnell auf das Du einigen und biete dies manchmal schon am Telefon, spätestens jedoch im ersten persönlichen Gespräch an. Wenn mein Gegenüber zögert, erkläre ich, dass ich mit dem Du meinen persönlichen Respekt ausdrücken will. Das wird auch von deutlich älteren Gesprächspartnern sofort akzeptiert, ich habe noch nie eine Absage erlebt. Mit der Coronakrise ist ein solcher persönlicher Umgang meiner Meinung nach noch wichtiger geworden. Wir müssen jetzt alle zusammenhalten, eine Ansprache mit „Du“ ist sicher hilfreich und erhöht auch die Reputation am Ort. Wir wollen als authentisches Mühldorfer Unternehmen wahrgenommen werden.

„Vertrauensvolle Zusammenarbeit auch über das Sie möglich.“

Sabine Bleumortier (49), „Erfolgreich Ausbilden“, München

Vorsicht vor dem schnellen Wechsel vom „Sie“ zum „Du“! Wenn ein Unternehmer wirklich einen persönlicheren Umgang mit seinen Mitarbeitern wünscht, muss er vieles bedenken: Ist er wirklich der „Duz-Typ“ und fühlt sich selbst beim Duzen wohl? Passt die Ansprache mit „Du“ tatsächlich, wenn er einen hierarchischen Führungsstil bevorzugt und seine Entscheidungen vorzugsweise allein treffen will?

Außerdem sollte er an die Mitarbeiter denken. Möglicherweise fühlen diese sich unwohl, wenn ihr Chef sie auf einmal duzt und diese Anrede für alle vorgibt. Der Wirtschaftspsychologe Uwe Kanning hat in Marktumersuchungen herausgefunden, dass Mitarbeiter am liebsten frei entscheiden möchten, wie sie angesprochen werden. Vor allem ältere Kollegen reagieren erfahrungsgemäß irritiert, weil sie das Siezen gewohnt sind und sich jetzt auf einmal umstellen sollen.

Auch jüngere Arbeitnehmer, die als vergleichsweise unkompliziert gelten, wollen nicht immer ungefragt geduzt werden. Ich habe Auszubildende kennengelernt, denen ein „Sie“ lieber war. Möglicherweise haben sie vor Eintritt in das Unternehmen mit Duzen schlechte Erfahrungen gemacht. Ich kann das gut nachvollziehen. Als jüngere Frau bin ich schon mal mit herablassendem Unterton geduzt worden.

Von einer plötzlichen Vorgabe des Duzens rate ich deshalb ab. Abgesehen davon: Eine vertrauensvolle Beziehung kann ich zu meinen Mitarbeitern immer haben – egal ob ich diese per „Du“ oder „Sie“ anspreche.

Pro



Foto: privat

Michael Scherr (31),
Scherr Fachhandel, Mühldorf a. Inn

Contra



Foto: Elisabeth Pöcher-Schierl

Sabine Bleumortier (49),
„Erfolgreich Ausbilden“, München

Corona-Knigge für Azubis: 7 Tipps für mehr Sicherheit

Abstand halten, Maske tragen, freundlich grüßen: Klare Regeln in einem Corona-Knigge sorgen für mehr Sicherheit im Umgang mit Kollegen und Kunden.

Von Katharina Wolf

Auf einen Blick:

- Die Corona-Krise führt zur Verunsicherung, auch bei Azubis.
- Einfache und klare Regeln helfen den jungen Leuten, im Kontakt mit Kollegen und Kunden Fehler zu vermeiden.
- Dabei sollten diese Regeln nicht ausschließlich für Azubis gelten. Doch gerade sie brauchen in der Krise ein bisschen mehr Zuspruch als sonst, sagt Ausbildungsexpertin Sabine Bleumortier.

Gerade in der Corona-Krise ist Auszubildenden nicht immer klar, wie sie sich im Umgang mit Kunden und im Betrieb korrekt verhalten. „In Seminaren habe ich festgestellt, dass viele junge Leute verunsichert sind“, sagt Ausbildungscoach Sabine Bleumortier. „Gerade die Generation Z hat aber ein großes Bedürfnis nach Sicherheit.“ Die Trainerin hat bereits einen Azubi-Knigge verfasst, der Verhaltensregeln für Auszubildende zu normalen Zeiten umfasst. Nun hat sie angesichts der Pandemie sieben einfache Regeln für die Corona-Krise aufgestellt.

1. Die Corona-Vorgaben einhalten

Es klingt ganz selbstverständlich, ist aber in der Praxis dann doch schwierig: Die Corona-Regeln sollten unbedingt eingehalten werden: Abstand halten (mindestens 1,5 Meter), häufiges Händewaschen (empfohlen werden 30 Sekunden) und Handdesinfektion sowie das richtige Tragen eines Mund-Nasen-Schutzes.

„A und O der guten Umgangsformen ist gegenseitige Wertschätzung“, so Bleumortier. „Dies zeigen wir am besten, indem wir die aktuell geltenden Regelungen – und auch firmenspezifische Vorgaben einhalten, um unser Gegenüber und uns selbst zu schützen.“

Außerdem wichtig: Niesen oder husten in die Armbeuge oder in ein – sauberes – Taschentuch. „Am besten ist es, wenn man sich zudem zu der Seite neigt, auf der sich keine andere Person befindet“, so die Ausbildungsexpertin.

2. Auf den Handschlag verzichten

Eigentlich sind wir es gewohnt, uns zur Begrüßung die Hand zu geben. In Corona-Zeiten ist das tabu. „In einigen Betrieben haben sich alternative Begrüßungsformen etabliert, zum Beispiel gegenseitige Berührung der Ellenbogen oder eine leichte Verbeugung des Oberkörpers nach vorne. Azubis sollten sich hier ihrem Umfeld anpassen“, sagt Bleumortier.

Aber was tun, wenn der Kunde dem Azubi die Hand zur Begrüßung entgegenstreckt? „Dann darf das freundlich ablehnt werden, zum Beispiel mit den Worten „Ich begrüße Sie sehr herzlich, Herr Neumüller. Auf den Handschlag möchte ich in Zeiten von Corona lieber verzichten.“ Dafür sollte jeder Verständnis mitbringen.“

3. Laut und deutlich sprechen

Eine Maske im Gesicht kann dazu führen, dass schüchterne Azubis noch weniger sprechen, als sie das ohnehin tun. Ein Fehler, meint Bleumortier. „Das Tragen eines Mund-Nasen-Schutzes sollte uns nicht am Sprechen hindern. Wichtig ist aber, lauter zu sprechen, um gut verständlich zu sein.“ Trotz Maske bleibt die freundliche Begrüßung von Vorgesetzten, Kollegen und Kunden nach wie vor wichtig.

Gerade in Corona-Zeiten kann es sein, dass Kunden über kontroverse Themen sprechen wollen wie die Sinnhaftigkeit der Corona-Regeln oder das Impfen. „Solche Themen eignen sich nicht zum Small Talk“, so die Ausbildungstrainerin. „Am besten das Thema wechseln und lieber über das Wetter, die Anreise oder bei Sportfans die Fußballergebnisse reden.“

4. Blickkontakt halten

Eine Maske deckt einen großen Teil des Gesichts ab. „Für die Mimik ist dann die Augenpartie besonders wichtig“, sagt Bleumortier. „Deshalb sollte immer Blickkontakt zu den Gesprächspartnern gehalten werden.“

5. Auf die Kleidung achten – auch im Home-Office

Auch im Handwerk finden sich einige Azubis im Home-Office wieder. „Auch von zuhause aus gibt es



Kontakt zu Kollegen oder Kunden – und zwar per Video-Konferenz. **Kleidung**, die professionell wirken sollte, ist dann Pflicht“, so Bleumortier. „Zur Außenwirkung gehören auch Möbel und Gegenstände, die noch im Bild zu sehen sind. Man sollte sich fragen: Ist alles ordentlich und aufgeräumt oder nicht? Welcher Eindruck soll entstehen?“

6. Im Krankheitsfall zu Hause bleiben

Man fühlt sich **krank**, möchte im Betrieb aber nicht fehlen? „Trotzdem sollten man vorerst zu Hause bleiben und nicht in die Arbeit gehen“, rät Bleumortier. „Stattdessen: Gleich zu Arbeitsbeginn heim zuständigen Ausbilder abmelden und das weitere Vorgehen abklären.“

7. Wenn etwas unklar ist, nachfragen

Unsicher, ob alles richtig läuft? „Wer unsicher ist, ob zum Beispiel der Mund-Nasen-Schutz in der Werkstatt am Platz zu tragen ist oder nicht, sollte unbedingt nachfragen“, sagt Bleumortier. Nur so lassen sich Unklarheiten und Missverständnisse schnell aufklären.

Regeln gelten nicht nur für Azubis

„Natürlich gelten diese sieben Tipps aus dem Corona-Knigge nicht nur für Auszubildende, sondern auch für Ausbilder und alle anderen im Betrieb“, sagt die Ausbildungsexpertin. Sie empfiehlt auch, die jungen Leute jetzt ein bisschen mehr an die Hand zu nehmen als vielleicht sonst üblich. „Vieles, was in den Betrieben an Problemen mit den Azubis auftritt, wurzelt in deren Unsicherheit“, sagt sie. „Böser Wille ist es selten.“ Und gerade in Corona-Zeiten sei eben die Unsicherheit besonders groß.

Tipp: Sie wollen alle wichtigen Meldungen zum Thema Mitarbeiterführung erhalten? Dann abonnieren Sie den handwerk.com-Newsletter. [Jetzt anmelden!](#)

Auch interessant:

Kritik: Klobner's Pfaffen-Schurf
Ausbildungsexpertin Sabine Bleumortier: Die Corona-Krise bedeutet für alle Unsicherheit – gerade auch für Azubis.

[Corona](#)

Willkommen im Betrieb! - POSITION das IHK-Magazin

Tonia Sorrentino

Wer seinem Mitarbeiter einen einwandfreien Start ins Unternehmen ermöglicht, der tut nicht nur dem Neuzugang etwas Gutes, sondern investiert auch nachhaltig in den Unternehmenserfolg. Wie das am besten gelingt, wollte POSITION von der Ausbildertrainerin Sabine Bleumortier wissen.

Erst der Fachkräftemangel, jetzt die Corona-Krise: Für Unternehmen wird es immer wichtiger, Auszubildende im Unternehmen zu halten. Der Stellenwert des Onboardings (siehe Infokasten) nehme deshalb stetig zu, sagt Sabine Bleumortier, Geprüfte Trainerin und Beraterin aus München. Gerade die Generation Z (von 1997 bis 2012 Geborene) habe ein hohes Sicherheitsbedürfnis und strebe nach Halt und Orientierung. Das sollten Ausbildungsbetriebe bereits beim Preboarding beachten.



Seit mehr als zehn Jahren unterstützt Sabine Bleumortier Ausbilder, Azubibetreuer und Auszubildende mit Trainings, Vorträgen und Beratung rund um die Berufsausbildung. © Elisabeth Pfahler-Scharf

Gutes Gefühl schon vor dem Start

Preboarding geht dem Onboarding voraus und bezeichnet den Zeitraum zwischen der Ausbildungszusage und dem ersten Tag im Betrieb. In dieser Phase können beim angehenden Azubi viele Fragen entstehen: Gefährdet Corona meine Ausbildungsinhalte? Droht mir Kurzarbeit? Darf ich überhaupt vor Ort sein? Werde ich meinen Ausbildungsplatz verlieren? „Schon vor Ausbildungsbeginn können Betriebe viele Ängste nehmen, indem sie mit den jungen Menschen in Kontakt treten und sie zum Beispiel über Sicherheits- und Hygienemaßnahmen informieren“, sagt Bleumortier. „Schriftliche Infos kann man etwa nett mit einem Smoothie-Rezept zur Stärkung der Abwehrkräfte ergänzen oder auch mit einem Foto des neuen Arbeitsplatzes oder der Kollegen und der Botschaft, dass sich das Team auf den neuen Azubi freut.“

Wo möglich, empfiehlt die Beraterin vor Ausbildungsantritt eine persönliche oder virtuelle Kennenlernrunde, um sich gegenseitig vorzustellen, Fragen zu klären und die Örtlichkeiten zu besichtigen. Neben Ausbilden und Mitarbeitern, mit denen der Azubi künftig zu tun haben wird, und gegebenenfalls dem persönlichen Ausbildungspaten sollten Eltern oder Freunde dabei sein können. Denn seien auch sie von dem Betrieb überzeugt, verringere das zusätzlich die Absprungrate. Auch zum Ablauf des ersten Ausbildungstages sollte der Azubi alle relevanten Infos an die Hand bekommen, wie Bleumortier schildert: „Wann muss ich am ersten Tag wo sein, was mitbringen, wie mich kleiden? Das sind typische Fragen.“ Zudem seien Infos zu Anfahrt- und Parkmöglichkeiten sowie Infrastruktur der Umgebung hilfreich: Einkaufsmöglichkeiten,

Gastronomie- und Freizeitoptionen für die Zeit nach Feierabend, falls der Azubi neu an den Standort ziehe.

Perfekte Arbeitsgrundlage

Ungeachtet des Preboardings rät Bleumortier, dem Azubi auch am ersten Tag im Betrieb noch einmal alle relevanten Fakten zu nennen, etwa bei einer Begrüßungsveranstaltung. *„Die Generation Z erwartet in der Regel, dass dieser Tag besonders ist.“* Wer den Azubis die gewünschte Wertschätzung entgegenbringen wolle, gewährleiste die persönliche Begrüßung seitens Geschäftsführung beziehungsweise des Managements. *„Dass sich auch die Chefs Zeit für den neuen Nachwuchs nehmen, zeigt, dass sie ihn ernst nehmen und ihn auf Augenhöhe begegnen.“* Die Einführung ins Unternehmen sollte Bleumortier zufolge mindestens einen halben Tag dauern – inklusive Führung durch den Betrieb bis hin zu Kaffeeküche und Raucherbereich sowie Aufklärung über das richtige Verhalten im Krankheits-, Urlaubs- oder Notfall. *„Die Situation ist vergleichbar mit dem Schulanfang, alles ist ganz neu. Den Azubis nur ihre Abteilung und die anstehenden Arbeiten zuzuweisen, ist nicht ratsam.“*

Bewährt hätten sich dagegen große Frühstücksrunden oder auch lockere Workshops und Schnitzeljagden, bei denen der Nachwuchs Kollegen und Betriebsabläufen näher komme. Dienstältere Auszubildende könnten diese Aktionen sogar mitgestalten. Manche Betriebe heißen ihre Azubis nach Erfahrung der Ausbildertrainerin auch mit Schultüten willkommen, in die sie Block, Stift und Kaffeetasche geben. *„Andere Firmen sind noch großzügiger und verschenken zum Beispiel ein mit Namen graviertes Notizbuch, einen Einkaufsgutschein oder ähnliches.“* Doch auch ein Pflänzchen für den Schreibtisch mache Freude. *„Wichtig ist, damit Wertschätzung auszudrücken.“*

Die Tage vergehen, die Motivation bleibt

Nach so einem inspirierenden Start tun Firmen gut daran, den Antrieb der Nachwuchskräfte aufrechtzuerhalten. *„Die Aufgaben sollten ausbildungsrelevant, spannend und abwechslungsreich sein sowie Spaß machen“,* sagt Bleumortier. Auch fachlich oder persönlich ausgerichtete Trainings und Seminare hält sie für wirkungsvoll: *„Aber nicht im großen Block zu Ausbildungsbeginn, sonst dauert es zu lange, bis der Azubi zu praktischen Arbeit kommt.“* Was nicht gehe: stundenlange Vorträge von immer derselben Person. *„Besser ist es, die Trainings über die gesamte Ausbildungszeit und auf verschiedene Sprecher zu verteilen. Auch dienstältere Azubis und Facharbeiter dürfen moderieren.“* Regelmäßige beidseitige Feedbackgespräche helfen, Diskrepanzen in der Erwartungshaltung und negativen Entwicklungen vorzubeugen. Ein unerwartet eingestreutes Lob oder ein Satz wie „Schön, dass du da bist“ schüre ebenfalls Begeisterung und ebne den Weg für eine langfristig erfolgreiche Zusammenarbeit.

Tonia Sorrentino

Onboarding – was steckt dahinter?

Der Begriff „Onboarding“, der heute oft von Personalern verwendet wird, kommt aus dem Englischen und bedeutet das „An-Bord-Nehmen“ neuer Mitarbeiter. Er umfasst alle Maßnahmen, welche die Eingliederung ins Unternehmen fördern. Laut der 3. Haufe Onboarding-Studie 2019 halten mehr als drei Viertel der befragten Personalverantwortlichen gelungenes Onboarding für geeignet, um die Anfangsfluktuation zu verringern. Für mehr als neun von zehn lässt sich damit die fachliche und soziale Integration steigern. Gerade bei Auszubildenden ist das hoch relevant.

Tipp der Redaktion: Onboarding digital

Passende digitale Tools wie Apps oder weitere Software können Ausbildungsbetriebe dabei unterstützen, das Onboarding für die Azubis interessanter und für die Verwaltung weniger aufwendig zu gestalten. Drei Beispiele sind elearnio, Haufe und Talmundo.

Für Ausbilder - 14. April 2021

Berufseinstieg

So verhelfen Sie Ihren Azubis zu mehr Selbstständigkeit

Lieber fünfmal nachgefragt als einmal nachgedacht – Azubis, die nach dieser Devise handeln, haben wohl viele langjährige Ausbilder schon einmal erlebt. Ausbildungsberaterin Sabine Bleumortier verrät, was bei unselbstständigen Azubis hilft.

Von Christian Lunkenheimer

Einigen Auszubildenden fällt es schwer, eine gewisse **Selbstständigkeit** zu entwickeln. Die Ausbildungstrainerin Sabine Bleumortier zeigt in ihren Seminaren, wie sich die Situation ändern lässt. Dafür macht sie ihren Teilnehmern zunächst die **grundverschiedenen Ursachen für unsicheres Verhalten** bewusst. Manch Jugendlichen sei über- oder unterfordert, ein anderer hingegen schlichtweg unmotiviert. "Die Generation Pampers hat beispielsweise vieles von den Eltern erledigt bekommen, die sie zur Schule gefahren oder ihre Sporttermine organisiert haben. **In der Ausbildung ist dann plötzlich alles anders**, aber ohne eine anerzogene Selbstständigkeit ist es dann natürlich schwierig", sagt Bleumortier.

Kommunikation führt zu Klarheit

So kommt es, dass viele Jugendliche **in der Berufswelt erstmal mit selbstständiger Arbeit konfrontiert** werden – zudem ist ihnen oftmals nicht klar, welche Erwartungen in sie gesetzt werden. "Das führt zu einer Unsicherheit", sagt Bleumortier. Ein typisches Beispiel aus dem Berufsalltag sei das Läuten des Telefons eines Mitarbeiters: Die Azubis wissen nicht, ob sie den Hörer abnehmen dürfen oder nicht – das muss **im Vorhinein klar kommuniziert** sein, da das in jedem Betrieb anders geregelt sei. "Die Ausbilder müssen den Auszubildenden zutrauen, dass sie etwas schaffen können und selbstständig machen dürfen – ohne sich zig-mal rückversichern zu müssen. **Anspornende Worte bewirken Motivation und Selbstvertrauen**", so Bleumortier. Der Auszubildende würde dadurch zudem bald lernen, welche Aufgaben er selbstständig verrichten darf und welche noch nicht.

Erwartungshaltungen müssen gesetzt sein

Auch die Erwartungen müssten klar formuliert sein, teilweise auch mehrfach ausgesprochen. "Wenn der Werkzeugkasten im Weg liegt oder die Mülltonne raus muss, sollte er das dem Azubi auch genauso mitteilen", sagt Bleumortier. **Erwartungshaltungen nur einmal am ersten Tag zu formulieren sei in der Regel nicht ausreichend**. Gerade anfangs würden viel zu viele Informationen auf den Auszubildenden einströmen.

Es mit den Kontrollen nicht übertreiben

In der Ausbildung sind Ergebniskontrollen unerlässlich. Den Auszubildenden jedoch **ständig zu kontrollieren, sei kontraproduktiv**, warnt Bleumortier. "Ausbilder müssen den Azubi auch selbstständig arbeiten lassen. Dauerhafte Kontrollen einzelner Schritte gehen auf Kosten der Selbstständigkeit des Azubis, da der sich – vielleicht auch unterbewusst – nicht mehr so viele Mühe geben muss", sagt Bleumortier.

Typgerechtes Anpassen der Aufgaben hilft bei der Einarbeitung

Ein häufiger Fehler sei, dass dem Azubi von Anfang an alle Schritte kleinlich genau vorgegeben werden. Alternativ könne sich der Auszubildende – mit **kleinen Hilfestellungen** – selbst überlegen, was als Nächstes zu berücksichtigen ist. "Das regt seine Eigeninitiative mehr an, als wenn er von A bis Z vorgegeben bekommt, was er machen muss", rät Bleumortier.

Rücksicht auf den Charakter des Azubis nehmen

Die Dauer der Einarbeitungs- und Findungsphase ist typabhängig. Gerade bei jüngeren und unerfahrenen Auszubildenden ist es laut Bleumortier wichtig, die **Verantwortung langsam zu übertragen und im Laufe der Zeit mehr werden zu lassen**. Mit ein wenig Fingerspitzengefühl könne der Chef schnell feststellen, wie weit der Auszubildende nach einigen Wochen gereift ist und inwiefern er Eigeninitiative ergreift. **Die Aufgaben müssten dem Azubi und seinem Reifeprozess angepasst werden**. Während anfangs noch kleinere Aufgaben wie das Kontrollieren des beladenen Fahrzeugs übertragen werden können, kann der Lehrling später vielleicht schon die komplette Baustellenorganisation übernehmen.

Belohnungsprinzip wirkt als zusätzlicher Anreiz

Den Sinn und Zweck einer Arbeit hervorzuheben, sei immer ein guter Ansatzpunkt. In einigen Betrieben kommt laut Bleumortier zudem erfolgreich ein Belohnungssystem zum Einsatz. Die Auszubildenden erhalten **Fleißkarten für erbrachte Leistungen** wie das eigenständige Lösen von Aufgaben oder sonstige Erfolge, wenn sie beispielsweise an etwas Bestimmtes gedacht oder schwere Aufgaben erledigt haben. **Ab einer bestimmten Anzahl von Fleißkarten erhalten die Auszubildenden dann einen Bonus**, wie einen speziellen vom Betrieb finanzierten Schulungskurs oder eine freie Arbeitsstunde. "Bei den mir bekannten Betrieben funktioniert das Belohnungssystem. Skeptisch bin ich allerdings, was nach der Ausbildung geschieht: Da gibt es für erledigte Arbeit keine Fleißkärtchen mehr", sagt Bleumortier. Das Belohnungsprinzip könne zwar unterstützend wirken, dürfe aber **nicht der einzige Weg** sein.

Spielvarianten fördern den Eifer

Spieleisiche Ansätze könnten laut Bleumortier ebenfalls eine **Aufmerksamkeitsspanne generieren**. Einer schläfrigen Person sei vielleicht gar nicht klar, dass sie schläfrig wirkt – deswegen helfen neben der Kommunikation gegebenenfalls auch **unterhaltende Mittel**. "Das Kinderspiel 'Ich sehe was, was du nicht siehst' gibt es auch in der erwachsenen Variante: Der Ausbilder läuft mit dem Azubi durch die Lagerhalle oder Werkstatt und beide versuchen wettbewerbsmäßig zu bemerken, was noch nicht richtig ist oder an Tätigkeit noch ansteht – so lässt sich Aufmerksamkeit fördern", sagt Bleumortier.

"Tipp der Woche" zur Förderung der Eigenständigkeit

Ein weiteres Beispiel: **Der Ausbilder und seine Azubis treffen sich einmal wöchentlich zu einem festgelegten Zeitpunkt in einer Runde zusammen**. Jeder Teilnehmer muss den so genannten "Tipp der Woche" mitbringen. "Die Tipps können von überall herkommen und jeglicher Art sein, ob aus der Berufsschule oder dem Betrieb – sie müssen einen Mehrwert für die Kollegen haben. Das Suchen nach **Verbesserungsvorschlägen oder Arbeitserleichterungen** animiert die jungen Leute, eigenständig nachzudenken", sagt Bleumortier. Bereits zehn fest in den Arbeitsablauf integrierte Minuten reichen aus, um die Selbstständigkeit anzutreiben, so die Expertin.

Jeder Auszubildende hat einen eigenen Charakter. Aufgrund verschiedener Typen lässt sich dementsprechend **nicht jede Hilfestellung bei jedem jungen Menschen gleichermaßen erfolgreich** anwenden. Ausbilder sollten in ihrem Betrieb ausprobieren, welche **Art der Unterstützung oder Motivation** sich für die jungen Nachwuchskräfte am besten eignet.



Einige Azubis brauchen länger, um sich im neuen Betrieb zurechtzufinden. Mit diversen Maßnahmen können Ausbilder ihren Azubis Unsicherheiten nehmen und sie fördern. - © christianchan - stock.adobe.com

WEITERE BEITRÄGE ZU DIESEM ARTIKEL

Wie Betriebe an bis zu 3.000 Euro Ausbildungsprämie kommen

ZEIT ONLINE

Respektvoller Umgang

Wie Auszubildende ernst genommen werden

22. Juni 2020, 4:21 Uhr | Quelle: dpa



München (dpa/trn) - Am schnellsten lernt man Dinge oft, wenn man sie selbst ausprobieren darf. Auszubildende bekommen dazu aber nicht immer die Chance. Statt eine Aufgabe lange erklären zu müssen, lässt man den Nachwuchs lieber die einfachen Tätigkeiten machen.

Was können Azubis dazu beitragen, um im Unternehmen ernst genommen zu werden?

Erstmal gilt: «Das Verhältnis sollte idealerweise nicht mehr so sein, wie es früher oft war - dass der Auszubildende quasi «Handlanger» des Chefs ist», sagt die Ausbildungsberaterin Sabine Bleumortier. Auszubildende sollten also die gleiche Wertschätzung erfahren wie alle anderen Mitarbeiter auch. «Sie sind ein wertvoller Bestandteil des Unternehmens - auch, wenn sie noch nicht die Erfahrung eines langjährigen Angestellten haben.»

Auszubildende können zwar nicht beeinflussen, welche Grundeinstellung oder gar Stereotype ihr Gegenüber hat - seien es Kundinnen, Mitarbeiter oder Vorgesetzte. «Sie können aber darauf einwirken, und die Gefahr ein wenig verringern, nicht mit Respekt behandelt zu werden», sagt Bleumortier.

Anderen mit Wertschätzung begegnen

Die Beraterin nennt drei Stellschrauben: Das seien zunächst die Umgangsformen. «Ich werde dann ernst genommen, wenn ich freundlich bin und mein Gegenüber wertschätze», sagt Bleumortier. So könne übertrieben selbstbewusstes Auftreten für Irritationen bei Vorgesetzten oder Ausbildern sorgen. Wer Hilfsangebote immer mit «Das muss mir niemand erklären» abschmettert und dann schlechte Arbeitsqualität liefert, verspielt sich den Respekt beim Gegenüber schnell.

Gute Umgangsformen fangen laut Bleumortier schon bei der Vorstellung an. «Wer das flüssig und selbstbewusst macht, hinterlässt einen professionellen Eindruck», sagt sie. Überhaupt würden klare Ansagen dazu beitragen, als Auszubildender respektvoll behandelt zu werden.

«Viele drücken erstmal rum, wenn sie die Antwort auf eine Frage gerade nicht wissen.» Auszubildende dürften aber ruhig sagen, dass sie noch nicht alles wissen. Besser als «Da könnte ich vielleicht eigentlich mal bei einem Kollegen nachfragen» sei dann eine eindeutige Aussage: «Ich frage bei Herrn Müller nach und melde mich anschließend bei Ihnen.»

Blickkontakt und feste Stimme

Auch die Körpersprache spielt laut Bleumortier eine Rolle. Dazu gehört es zum Beispiel, Blickkontakt mit dem Gesprächspartner zu suchen und mit deutlicher und klarer Stimme zu sprechen.

Wer etwa beim Telefonieren unsicher ist, sollte sich eine Routine aneignen. Gerade am Anfang kann es helfen, Standardsätze für gängige Anfragen aufzuschreiben und einzuüben. Daneben kann man Kollegen zuhören, sich mit der Ausbilderin absprechen - oder an Seminaren der Handwerks- und Handelskammern zum Thema teilnehmen.

Außerdem können Auszubildende mit ihrem Fachwissen punkten. Wer Eigeninitiative zeige, und auch eigene Ideen vorbringt, kann sich beim Ausbildungsverantwortlichen oder den Kolleginnen und Kollegen Respekt verschaffen, erklärt Bleumortier. Umgekehrt gilt: Wer seine Arbeit willentlich nicht gut macht, der macht es den anderen schwer, sie oder ihn als Arbeitskraft wertzuschätzen.

Probleme unter vier Augen ansprechen

Wer das Gefühl hat, immer gleich als «die Azubine» oder «der Azubi» abgestempelt zu werden und entsprechend nur für Tätigkeiten eingesetzt zu werden, die womöglich gar nichts mit dem Lehrplan zu tun haben, sollte das Gespräch suchen. «Das sollte idealerweise zunächst unter vier Augen mit dem Ausbilder oder der Ausbilderin stattfinden», findet Bleumortier. Wichtig sei, auszudrücken, was einen stört und wie man sich dabei fühlt.

Etwa: «Ich mache mir Sorgen, dass ich die Prüfung nicht bestehen werde, weil ich seit Wochen nur Ablage mache.» Am besten verknüpft man die Kritik mit einem Vorschlag, wie die Situation verbessert werden könnte.

© dpa-infocore, dpa:200619-99-486587/2

STARTSEITE > [<https://www.zeit.de/index>]



Für Ausbilder - 05.11.2019

8 Tipps für Ausbildungsbetriebe

Wie Sie die Generation Z erfolgreich führen und motivieren

An Greta Thunberg scheiden sich die Geister: Den einen geht die 16-jährige Schwedin und Initiatorin der "Fridays-for-Future"-Streiks auf die Nerven mit ihren Forderungen und der Chuzpe, in der ersten Riege der Weltpolitik mitsprechen zu wollen. Den anderen imponiert dieses selbstsichere Auftreten in so jungen Jahren. Thunberg steht für die Generation Z und eine Haltung, die auch Ausbildern oft das Leben schwer macht. Tipps von Jugendforscher Klaus Hurrelmann.

Von Barbara Oberst

Dieser Artikel ist Bestandteil des Themenpakets Zukunft Bildung (/zukunft-bildung/158/32533)

Selbstbewusstsein, klare Vorstellungen, wie die Dinge zu laufen haben, unverhohlene Kritik auch gegenüber Höhergestellten – all das sind typische Züge der Geburtsjahrgänge ab 1997.

Durch die geänderte wirtschaftliche und demografische Lage hat sich innerhalb weniger Jahre die **Chancenstruktur am Arbeitsmarkt gedreht**. Die Jugendlichen sind jetzt Anbieter, die Unternehmer Nachfrager. "Und das kommt der Jugend entgegen", erkennt Klaus Hurrelmann, Professor of Public Health and Education an der Hertie School. Aus seinen Forschungen zu Gesundheit und Sozialisation von Jugendlichen weiß er: "Von zu Hause ist diese Jugend gewohnt, gleichberechtigt behandelt, behütet und positiv bestärkt zu werden."

Hurrelmann: "Diese Jugend ist es gewohnt, gleichberechtigt behandelt zu werden."

Sabine Bleumortier nähert sich dem Thema von der praktischen Seite. Sie coacht Ausbilder und Azubis und bestätigt: "Für diese Generation ist es normal, überall mitreden zu dürfen." Entsprechend empfindlich reagiere sie auf einen **rauen Umgangston, fehlende Wertschätzung oder Kritik**. Hurrelmann wie Bleumortier sind sich einig: Wer die Generation Z ausbilden will, muss umdenken. Folgende Punkte sind zentral:

1 Arbeitszeiten:

Die Generation Z will sich **nicht von der Arbeit auffressen lassen**. "Während der festgelegten Arbeitszeit ist sie leistungsbereit, aber nicht darüber hinaus", so Bleumortier. Die Arbeitszeit muss berechenbar sein. Soll der Azubi mal länger bleiben, müsse der Chef ihm das frühzeitig sagen und einen Ausgleich anbieten. "Diese Generation erwartet **Deals auf Gegenseitigkeit**", ergänzt Hurrelmann. Der Verweis auf flexible Arbeitszeit, der bei vorhergehenden Generationen noch als Pluspunkt galt, ist für die Generation Z eher abschreckend. Sie vermutet dahinter verdeckte Überstunden oder ein Vermischen der Arbeits- mit der Privatsphäre. Motivierend wirkt Flexibilität erst dann, wenn die jungen Leute eine Familie gründen und ihnen das Unternehmen durch flexible Zeiten entgegenkommt.

2 Hierarchien:

Ob Chef, Meister oder Geselle – die Generation Z betrachtet sich als gleichberechtigt. Sie will auf Augenhöhe behandelt werden, will in ihrer Arbeit Sinn erfahren und ist nicht bereit, nur **Handlangerdienste oder niedere Arbeiten** auszuführen.

3 Konzentriertes Arbeiten:

Die Generation Z ist schnell – schnell informiert, da 24 Stunden online, aber auch schnell abgelenkt, aus demselben Grund. Wer als Unternehmer **diszipliniertes Arbeiten fördern** will, kommt mit Anordnungen nicht weiter. "Er muss sie mitnehmen, ihnen nachvollziehbar machen, warum es wichtig ist, an einer Aufgabe dranzubleiben", rät Hurrelmann und empfiehlt, sich die nötigen pädagogischen und didaktischen Fähigkeiten durch Weiterbildungen anzu eignen.

4 Motivation:

Karriere um der Karriere willen oder um mehr Geld zu verdienen, lockt die Generation Z nicht. Sie will sich bei der Arbeit wohl fühlen, ähnlich wie im Elternhaus **sichere Rahmenbedingungen bekommen, eine angenehme Atmosphäre, positives Feedback und eine intensive Betreuung** vorfinden: "Das Unternehmen übernimmt eine Familienrolle", fasst Hurrelmann die Erwartungen zusammen. Wer die Generation Z zu mehr Leistung motivieren will, sollte ihr den tieferen Sinn und Zweck jeder Aufgabe erklären, statt nur Aufträge zu erteilen.

5 Nachfolge:

Wenige junge Leute interessieren sich dafür, den Betrieb ihrer Eltern oder ihres Chefs eines Tages zu übernehmen. Das gelebte Vorbild der Älteren mit 60-Stunden-Wochen ohne Pausen und Urlaube widerspreche ihren Vorstellungen von **Work-Life-Balance**. "Da muss ich als Unternehmer meinen ganzen Betrieb durchleuchten und prüfen, ob ich Arbeitszeiten anders organisieren kann", bestätigt Bleumortier. Hier gehe es um grundsätzliche Strukturen des Betriebs und die Vorbildfunktion des Chefs.

6 Smartphone:

Wollen Unternehmer den ständigen **Blick aufs Smartphone** unterbinden, braucht es klare Regeln – die für alle gleichermaßen gelten, vom Azubi bis zum Chef. Wird das Smartphone auch dienstlich genutzt, z.B. zum Ausfüllen des Berichtshefts, sollten feste Zeiten dafür vereinbart werden.

7 Umgang mit Kritik:

Während die Jugendlichen ihre Meinung gern unverblümt äußern, reagieren sie selbst empfindlich auf Kritik. Hurrelmann empfiehlt, unaufgeregt und pädagogisch zu handeln und auf **gleichberechtigte Kommunikation** zu achten: Äußert der Azubi seine Meinung, lohne es sich, diese offen anzuhören und ihm die Möglichkeit zu bieten, seine Überlegungen auch im Team vorzustellen, um sie dann sachlich zu besprechen. Umgekehrt müsse Kritik am Verhalten oder an der Arbeit des Azubis ebenfalls auf Augenhöhe stattfinden. "Der Ausbilder sollte jede autoritäre, dozierende Komponente herausnehmen", rät Hurrelmann. Die Generation Z will selber nachvollziehen, warum eine Arbeit nötig ist und ob die eigene Leistung den Anforderungen entspricht.

8 Verantwortung:

Während es noch bis vor kurzem hieß, Mitarbeiter ließen sich motivieren, indem sie eigenverantwortlich arbeiten dürften, gilt das für die Generation Z nicht. Die Aussicht, aufzusteigen und den Laden eines Tages zu übernehmen, wirkt auf sie regelrecht abschreckend. "Man darf ihnen gerade nicht sagen, dass man sie binden will und ihnen Verantwortung übertragen möchte", warnt Klaus Hurrelmann. Eher gelinge es, im Jugendlichen über **Erfolgsgefühle und Freude an der Arbeit** Interesse an einem Aufstieg zu wecken.



Die 16-jährige Klimaaktivistin Greta Thunberg stellt ihre Forderungen vor dem Weißen Haus in Washington mit einer für ihre Generation typischen Haltung. - © Lena Klimkeit/picture alliance/dpa

WEITERE BEITRÄGE ZU DIESEM ARTIKEL

Das ist der weiteste Berufsschulweg Deutschlands (/zur-berufsschule-in-neun-stunden/150/9447/395418)



PERSONAL 26. September 2019

5 Tipps: So finden Sie Ihren Wunsch-Azubi

Sie versuchen verzweifelt, eine Lehrstelle zu besetzen, aber es klappt nicht? Dann helfen Ihnen diese Tipps weiter.

Von Katharina Wolf

Auf einen Blick:

- Sie finden keine Azubis? Dagegen können Sie etwas tun: Fragen Sie sich als erstes ehrlich, wie gut Ihre Ausbildung ist. Gibt es Luft nach oben?
- Nehmen Sie Kontakt zu den örtlichen Schulen und den Lehrern für Berufsorientierung auf und bringen Sie sich aktiv ein.
- Machen Sie niedrigschwellige Angebote für Schnuppertage und Praktika. Gestalten Sie die Zeit so, dass die Schüler einen positiven Eindruck mitnehmen.
- Klappern gehört zum Handwerk: Werben Sie auf unterschiedlichen Kanälen für Ihren Betrieb und um Azubis: eine informative Website, ein witziger Autoaufkleber oder ein Plakat gegenüber der Schule.

Für viele Handwerker ist es Realität: Ausbildungsstellen bleiben unbesetzt, weil die Bewerber fehlen oder nicht geeignet sind. Sabine Bleumortier, selbstständige Trainerin und Rednerin rund um die betriebliche Ausbildung, kennt die Probleme kleiner Unternehmen. Ihre Tipps helfen bei der Suche nach dem Wunsch-Azubi.

Tipp 1: Bieten Sie eine gute Ausbildung

Es klingt banal, aber Hand aufs Herz: Wie gut ist die Ausbildung, die Sie bieten? „Als Betrieb muss man sich die Frage stellen, ob ich meinem Azubi bei der Betreuung, Prüfungsvorbereitung und der Ausbildung wirklich etwas biete“, sagt Sabine Bleumortier. „Da hapert es überraschend oft.“

Denn wenn sich Azubis nicht wertgeschätzt fühlen, nur Hilfsarbeiten erledigen müssen oder ständig zu Überstunden herangezogen werden, spricht sich das herum. „Wenn Sie aber Ihrem Lehrling eine gute Ausbildung ermöglichen, vielleicht sogar mit Auslandsaufenthalt oder anderen zusätzlichen Leistungen und guter Übernahmeperspektive, bekommen Sie einen begeisterten Azubi-Botschafter.“

Tipp 2: Arbeiten Sie mit den örtlichen Schulen zusammen

Eine gute Möglichkeit, Jugendliche für Ihren Betrieb zu interessieren, besteht in einer engen Zusammenarbeit mit den örtlichen Schulen. Gerade an Real-, Haupt- oder Oberschulen und an den Gesamtschulen gibt es Lehrer, die für das Thema Berufsbildung zuständig sind. „Warten Sie nicht, bis die Schulen sich melden, sondern nehmen Sie Kontakt auf“, sagt Ausbildungsexpertin Bleumortier. „Bringen Sie in Erfahrung, was die Schule zum Thema Berufsorientierung anbietet und wie Sie sich beteiligen können.“

So können Sie beispielsweise Besuche im Unterricht anbieten, die entweder Sie oder einer Ihrer Auszubildenden wahrnimmt. Existiert eine Liste für Schüler mit Betrieben, die Praktika oder Zukunftstage anbieten? Stellen Sie sicher, dass Sie darauf zu finden sind. Falls es eine Schulzeitung gibt, können Sie Anzeigen schalten, um auf Ihren Betrieb aufmerksam zu machen.

Tipp 3: Geben Sie Schülern Möglichkeiten für Schnuppertage oder Praktika

„Alles, was den jungen Leuten die Möglichkeit gibt, in Ihrem Betrieb hineinzuschnuppern, kann Ihnen einen guten Azubi verschaffen“, sagt Sabine Bleumortier. Viele der jungen Leute





wüssten nicht, welche Berufe es gibt und welche Möglichkeiten sie haben. Zum Kennenlernen eignen sich nicht nur das klassische Betriebspraktikum oder der Zukunftstag. „Während der Ferien können Sie einen festen Wochentag als Schnuppertag anbieten“, so Bleumortier. „Am besten, Sie stellen ein Schild ins Schaufenster oder schreiben es auf Ihr Auto: Montags Schnuppertag für Schüler!“ Auch Ferienjobs sind bei Jugendlichen gefragt, um ihr Taschengeld aufzubessern.

Wichtig: Wenn Sie solche spontanen Schnuppertage oder Ferienjobs anbieten, müssen Sie damit rechnen, dass auch Interessenten kommen. „Das Team sollte unbedingt mitziehen, und Sie sollten einen Mitarbeiter oder Auszubildenden benennen, der sich um den Schüler kümmern und ihm Aufgaben geben kann“, betont Bleumortier. „Sonst verpufft das Ganze.“

Tipp 4: Klappern Sie auf allen Kanälen

Klappern gehört zum Handwerk, lautet ein altes Sprichwort. Halten Sie sich daran und lassen überall verlauten, dass Sie Auszubildende suchen. „Sicherlich sind Schüler vor allem in sozialen Netzwerken unterwegs. Aber nach Informationen über Ausbildungen suchen sie dort nicht unbedingt“, sagt Sabine Bleumortier. Wichtiger sei es, eine gute Website zum Thema Ausbildung in Ihrem Betrieb zu haben. „Denn die jungen Leute machen es wie alle: Wenn sie etwas suchen, wird gegoogelt.“ Also sollten Sie ihre Seite optimieren, damit Sie bei Google Jobs gefunden werden. „Oder Sie schalten über Google Ads eine Anzeige, dann sind Sie auf jeden Fall auf der ersten Ergebnisseite zu finden“, so Bleumortier.

Gibt es in Ihrem Ort eine Lokalredaktion der örtlichen Tageszeitung oder ein kostenloses Anzeigenblatt? „Dann nehmen Sie Kontakt zu den zuständigen Journalisten auf, wenn Sie eine Geschichte zu erzählen haben“, rät Bleumortier. Sie muss gar nicht unbedingt mit dem Thema Ausbildung zu tun haben. Haben Sie einen Preis gewonnen, feiern Sie ein Firmenjubiläum oder ist Ihr Azubi Jahrgangsbester? „Wenn Sie mit Ihrem Betrieb positiv in der Zeitung erscheinen, erreichen Sie auch die Eltern der angehenden Azubis“, sagt Sabine Bleumortier. Und die spielen bei der Berufswahl keine kleine Rolle.

„Es muss nicht immer die große Aktion sein“, so Bleumortier. „Manchmal reicht auch ein Werbeplakat an der Bushaltestelle bei der Schule.“

Tipp 5: Koordinieren Sie sich mit anderen Handwerksbetrieben am Ort

Sie sind sicher nicht der einzige Betrieb im Ort, der Probleme mit der Besetzung der Lehrstellen hat. Schließen Sie sich zusammen! „Denkbar ist zum Beispiel ein Tag der offenen Tür in den Handwerks-Betrieben am Ort“, schlägt Sabine Bleumortier vor. An diesem Tag könnten spezielle Aktionen stattfinden; die Azubis können ihren Job den Nachwuchskräften vorstellen. „Oder Sie entwickeln ein Quiz, in dem in wenigen Fragen geklärt wird, ob jemand für Ihre Ausbildung geeignet ist oder nicht.“ Falls ja, bieten Sie am besten sofort ein Praktikum an. Falls nein, dann klappt es vielleicht beim Kollegen nebenan.

Tipp: Sie wollen automatisch alle wichtigen Meldungen zum Thema **Mitarbeitergewinnung erhalten? Dann abonnieren Sie einfach den handwerk.com-Newsletter. [Hier geht es zur Anmeldung!](#)**



6 TITELTHEMA

VIER TIPPS 4

...FÜR DIE ERSTEN TAGE

Wie gelingt ein reibungsloser Start ins Berufsleben? Laut Ausbildungsberaterin Sabine Bleumortier (siehe unten) helfen folgende Dinge:

1

Vorbereitet sein: Lehrlinge in den ersten Tagen nicht lange auf Aufgaben warten lassen und ihren Arbeitsplatz am ersten Tag bereits fertig eingerichtet haben.

2

Unternehmensregeln klarmachen: Duzen sich alle in der Firma? Ist das Handy am Arbeitsplatz erlaubt? Bei wem melde ich mich krank?

3

Einführungsmappe: Die wichtigsten Fragen und Regeln in einer persönlichen Mappe des Lehrlings zusammenfassen, damit er sie immer nachschlagen kann.

4

Auszubildende auf Augenhöhe behandeln: Junge Leute werden heute schon im Elternhaus oft als Partner verstanden. Im Betrieb sollte das nicht anders sein.

ZUR PERSON

Sabine Bleumortier hat in den letzten zehn Jahren nach eigenen Angaben knapp 10.000 Ausbildern, Azubibetreuern und Auszubildenden mit Trainings, Vorträgen und Beratung rund um die Berufsausbildung geholfen. Die Trainerin, Rednerin und Beraterin hatte an der Universität Augsburg Sozioökonomie studiert (Schwerpunkten Personalwesen und Organisation), führte später Kundenzufriedenheitsstudien bei der Siemens AG durch und wurde Ausbildungsleiterin für den Standort München bei der Infineon Technologies AG (ab Mai 2006: Qimonda AG). Video- und Buchveröffentlichungen.

ZUM WEITERLESEN:

Sabine Bleumortier: Auszubildende erfolgreich ausbilden und an das Unternehmen binden. 44 Tipps zur Azubibindung. ISBN: 978-3-7664-9959-2.

Foto: Elisabeth Pfahler-Scharf, Michael Reichel

10. Juli 2019, 4:45 Uhr Arbeit

Wissenswertes zum Ausbildungsstart

München (dpa/tmn) - Mit der Ausbildung beginnen Berufsanfänger einen neuen Lebensabschnitt. Besonders die erste Zeit ist voller neuer Erfahrungen und Herausforderungen. Damit der Start gut klappt, ist einiges zu beachten - auf persönlicher wie auf rechtlicher Ebene.

Direkt aus dem dpa-Newschannel

München (dpa/tmn) - Mit der Ausbildung beginnen Berufsanfänger einen neuen Lebensabschnitt. Besonders die erste Zeit ist voller neuer Erfahrungen und Herausforderungen. Damit der Start gut klappt, ist einiges zu beachten - auf persönlicher wie auf rechtlicher Ebene.

- Sie oder Du?: "Damit haben immer noch ganz viele Azubis am Anfang Probleme", sagt Sabine Bleumortier, Ausbildungstrainerin aus München. "Das geht so weit, dass sie es manchmal wochenlang direkt vermeiden, ihren Ausbilder anzusprechen." Um unangenehmes Rumgedruckse zu vermeiden, sollten Azubis sich trauen, einfach nachzufragen.

- Smartphone: Auch das Handy ist ein großes Thema, wenn man frisch ins Arbeitsleben startet. "Man sollte generell versuchen, einen guten Eindruck zu hinterlassen", empfiehlt Bleumortier. Erstmals bleibt das Telefon in der Tasche, im Zweifel orientiert man sich an Kollegen.

- Anschluss finden: Gerade hatte man noch seine Schulfreunde um sich, auf einmal sind da viele neue Kollegen - und die sind vielleicht alle viel älter als man selbst. Bleumortier rät, sich als Azubi in die Gespräche einzubringen und die Kollegen in die Mittagspause zu begleiten. "Nur sich in den Mittelpunkt drängeln, das sollten Auszubildende vermeiden."

- Ausbildungsvertrag: Ohne einen schriftlichen Vertrag sollte kein Azubi eine neue Stelle anfangen. "Darin sollte alles Wichtige festgehalten sein. Also zum Beispiel: Wer ist der verantwortliche Ausbilder? Was ist das Ziel der Ausbildung, wie ist sie gegliedert?", sagt Daniel Gimpel, Referent für Berufsausbildung bei der DGB Jugend.

- Ausbildungsinhalte: Neben einem Vertrag gibt es im Optimalfall auch einen betrieblichen Ausbildungsplan. "Der Plan bietet den Auszubildenden Orientierung, welche Aufgaben sie erwarten", sagt Gimpel. Liegt kein Plan vom Betrieb vor, können Auszubildende immer den Ausbildungsrahmenplan angucken. Er ist Teil der Ausbildungsordnung, die es für jeden Beruf gibt.

- Überstunden: Die Arbeitszeiten für Auszubildende sind eigentlich genau im Vertrag geregelt. Überstunden sind in der Ausbildung in der Regel nicht vorgesehen, sagt Daniel Gimpel. "Ein Lernverhältnis ist kein Arbeitsverhältnis." Wer dennoch regelmäßig in großem Umfang Überstunden machen muss, sollte einen Freizeitausgleich einfordern.

- Berichtsheft: Im Berichtsheft dokumentieren Azubis, was sie gelernt haben. In das Heft sollten sie nur schreiben, was sie wirklich gemacht haben - oder auch Tätigkeiten, die womöglich nicht zur Ausbildung gehören. "Das kann im Zweifelsfall ein Nachweis sein, wenn es mal Probleme oder Streitigkeiten zwischen Azubi und dem Betrieb gibt", erklärt DGB-Referent Gimpel.

- Schlechter Start mit dem Chef: Passiert Azubis gleich in den ersten Tagen und Wochen ein Ausrutscher, ist das schnell ausgebügelt - sei es, dass man zu spät in den Betrieb kommt oder das Handy im unpassenden Moment klingelt. "Am besten nimmt der Azubi einfach seinen ganzen Mut zusammen, geht zum Chef und sagt: 'Das tut mir leid. Ich möchte mich für mein Verhalten entschuldigen. Können wir nochmal von vorne anfangen?'" , erklärt Sabine Bleumortier.

- Ausbildungsplatzwechsel: Wer nach den ersten Wochen merkt, dass die Ausbildung doch nicht die richtige ist oder gar mit Problemen wie Mobbing zu kämpfen hat, sollte sich nicht unnötig quälen. "Ein Ausbildungswechsel ist kein Beinbruch", sagt Daniel Gimpel. Wer kündigen möchte, beendet das Ausbildungsverhältnis am besten mit einem Aufhebungsvertrag. Wichtig aber: Erst eine neue Ausbildungsstelle finden, dann kündigen.

Literatur:

Isabell Pohlmann: "Ausbildung und Studium. Geld, Recht, Versicherungen in einer spannenden Zeit", Verbraucherzentrale NRW 2019, 16,90 Euro, ISBN: 987-3-86336-107-5.

Bestens informiert mit SZ Plus - 4 Wochen kostenlos zur Probe lesen. Jetzt bestellen unter: www.sz.de/szplus-testen



ARBEIT

Guter Start mit dem neuen Azubi: Was Ausbilder wissen müssen

Beginnt ein neues Ausbildungsjahr, müssen sich nicht nur die Azubis auf neue Gesichter einstellen. Auch Ausbilder haben wieder einen oder mehrere Schützlinge an ihrer Seite, denen sie ihren Beruf näherbringen.

08.07.2019 · 12:26 Uhr · Kommentieren · Jetzt teilen

Quelle: dpa

Ausbildung
Ausbilder sollten gegenüber Lehrlingen als Vorbild auftreten. Foto: Daniel Bockwoldt (Foto: dpa)

Für einen guten Start gilt erstmal: Der neue Azubi sollte immer so aufgenommen werden wie andere berufserfahrene Mitarbeiter auch. Daneben machen einige Grundregeln den Start für Ausbilder und die Nachwuchskräfte einfacher.

- Spielregeln klarmachen: Oft entstehen Konflikte, weil vieles nicht von Anfang an klar besprochen wurde. „Auch wenn es ein altmodisches Wort ist: Hier sollte man Spielregeln aufsetzen“, empfiehlt Sabine Bleumortier, die Beratungen und Trainings für Ausbilder und Azubis anbietet. Gleich in den ersten Tagen sollten Ausbilder mit den Lehrlingen scheinbar banale Fragen besprechen wie: Wann ist Mittagspause? Wo sind die Raucherplätze? Darf das private Handy am Arbeitsplatz genutzt werden oder nicht?
- Vorbild sein: Ausbilder können von ihren Lehrlingen nichts verlangen, was sie selbst nicht erfüllen, findet Bleumortier. „Gerade die junge Generation sieht sich hier als gleichberechtigt“, sagt sie. Wer als Ausbilder sein privates Handy am Arbeitsplatz benutzt, sollte es folglich dem Azubi nicht einfach verbieten.
- Feedback geben: „Ganz wichtig ist, dass der Ausbilder immer konkrete Verhaltensbeispiele gibt“, sagt Bleumortier. Wer zum Beispiel den Eindruck hat, der neue Schützling sei unmotiviert, sollte im Feedback nicht sagen: „Du bist unmotiviert.“ Damit kann niemand etwas anfangen. Besser ist es, konkret zu werden: „Du hast keinen Augenkontakt“ oder „Du stellst keine Rückfragen“. So können Ausbilder vermeiden, dass sie eine Person an sich kritisieren.
- Loben: Schon am ersten Tag kann ein Lob viel ausrichten: Es gibt dem Azubi Bestätigung, sagt Bleumortier. Und das motiviert. Auch im Feedbackgespräch sollten Stärken gleich von Beginn der Ausbildung an regelmäßig hervorgehoben werden.
- Richtig anleiten: Gerade zu Beginn müssen Ausbilder viel vormachen und erklären, damit die Azubis ihre Aufgaben kennenlernen. Ausbilder sollten dabei aber nicht vergessen, dass auch Azubis gute Ideen haben, sagt Bleumortier. Das kann Abwechslung in den Ausbildungsalltag bringen. Genauso wie der Einsatz neuer Medien, wo es sinnvoll ist.

Stress mit Azubis? 5 Tipps gegen Ausbildungsabbruch

Von

Auf einen Blick:

- Laut Berufsbildungsbericht wird fast ein Viertel aller Ausbildungsverträge vorzeitig gelöst. In Berufen wie Bodenleger oder Gerüstbauer ist es sogar fast die Hälfte.
- Wer Azubis an seinen Betrieb binden will, muss mit ihnen auf Augenhöhe umgehen. Die jungen Leute wollen ernst genommen werden.
- Erklären Sie, warum Aufgaben wichtig sind und warum sie mit Sorgfalt erledigt werden müssen.
- Geben Sie regelmäßig Feedback. Azubis können vieles lernen, aber Gedanken lesen können sie nicht.
- Bieten Sie Perspektiven für die Zeit nach der Ausbildung. So erlebt Ihr Azubi, dass Sie sich Gedanken um ihn machen und die Zukunft mit ihm planen.

Gute **Auszubildende** zu finden, ist nicht leicht. Umso ärgerlicher also, wenn sie die Ausbildung abbrechen. Laut aktuellem **Berufsbildungsbericht** wurden im Jahr 2017 insgesamt 145.998 Ausbildungsverträge und damit fast ein Viertel vorzeitig gelöst. Im Handwerk sind die Quoten bei Bodenlegern (48,9 %), Gerüstbauern (48,8 %), Kosmetikern (48,3 %), Friseuren (48,2 %) und Gebäudereinigern (47,4 %) am höchsten.

Was also tun, um Azubis an den Betrieb zu binden? Sabine Bleumortier, selbstständige **Trainerin** und Rednerin rund um die betriebliche Ausbildung, gibt 5 Tipps, wie Sie die jungen Leute an Ihren Betrieb binden.

1. Heißen Sie Azubis willkommen

Erinnern Sie sich an Ihren ersten Arbeitstag als Azubi? Wie haben Sie sich gefühlt? Unsicher, aufgeregt, voller Vorfreude? Das geht den jungen Leuten heute – bei allen Unterschieden – nicht anders. Deshalb machen Sie ihnen den Einstieg in Ihr Unternehmen möglichst leicht, rät Sabine Bleumortier.



Schon zwischen Vertragsabschluss und erstem Arbeitstag können Sie im Kontakt bleiben. „Gratulieren Sie zum Schulabschluss oder bitten Sie zu einem Kennenlern-Event, zu dem Sie auch die Eltern der Azubis einladen“, so Bleumortier.

„Den ersten Arbeitstag des neuen Azubis sollten Sie gut planen“, sagt die Expertin. Das bedeutet:

- Arbeitskleidung oder Büroarbeitsplatz sind vorbereitet.
- Es gibt eine Willkommensmappe mit den wichtigsten Informationen von Arbeitszeit bis Urlaubsantrag.
- Das Team weiß Bescheid und kennt den Namen des Azubis.
- Es gibt einen Ausbildungspaten, der sich um den neuen Lehrling kümmert und seine Fragen beantwortet.

2. Begegnen Sie Ihren Azubis auf Augenhöhe

Lehrjahre sind keine Herrenjahre, dieser Spruch gehört nach Ansicht der Ausbildungsberaterin längst in die Mottenkiste. „Die jungen Leute der Generation Z sind anders aufgewachsen und anders erzogen als die Generationen vor ihnen“, sagt Sabine Bleumortier. „Sie sind es gewohnt, ernst genommen und nach ihrer Meinung gefragt zu werden.“

Für Sie bedeutet das: Fragen Sie Ihre Azubis nach ihrer Meinung, hören Sie ihnen zu. Und erklären Sie, warum bestimmte Aufgaben erledigt werden müssen – auch wenn sie auf den ersten Blick wenig attraktiv erscheinen. „Mit der Aussage ‚Das ist halt so‘ können junge Leute wenig anfangen“, so Bleumortier. Sie rät deshalb: „Erläutern Sie ihnen, wozu das Gelernte gut ist und warum die Aufgabe sorgfältig ausgeführt werden muss.“

3. Reden Sie mit Ihren Azubis

Ihr Azubi kommt zu spät, trägt unpassende Kleidung oder grüßt morgens nicht? Dann reden Sie mit ihm. „Oft werden Probleme mit den Auszubildenden im Betrieb überhaupt nicht angesprochen“, sagt die Ausbildungs-Expertin.

Dabei sei das Gespräch enorm wichtig. „Wenn wir nicht kommunizieren, wie die Azubis wirken und was nicht gut ankommt, wird sich nichts ändern“, betont Sabine Bleumortier. „Die persönliche Entwicklung fördern wir nur, wenn wir kontinuierlich Feedback geben – Gedanken lesen können die Azubis nicht.“

Tipp: Nehmen Sie sich regelmäßig Zeit für Feedback-Gespräche, in denen Sie **Kritik** äußern, aber auch das **Loben** nicht vergessen. „Je regelmäßiger solche Gespräche stattfinden, desto mehr verlieren sie ihren Schrecken und werden vom Azubi als Motivation empfunden“, ist Bleumortier überzeugt.

4. Bieten Sie Ihren Azubis Perspektiven

Laut DGB-Ausbildungsreport 2018 wussten fast 40 Prozent der befragten Azubis im dritten Ausbildungsjahr nicht, ob sie übernommen werden. Eine unklare Perspektive steigert die Bindung an den Betrieb nicht.

„Seien Sie fair zu Ihren Azubis und führen Sie rechtzeitig ein Übernahmegespräch, in dem Sie die Übernahmemöglichkeiten im Betrieb erklären“, empfiehlt die Ausbildungsberaterin. Es sollte lieber sechs als drei Monate vor Ende der Ausbildung stattfinden.

Im Gespräch sollten Sie nicht nur erläutern, zu welchen Bedingungen Sie Ihren Azubi weiterbeschäftigen wollen, sondern erklären Sie auch, welche mittelfristigen Perspektiven es im Betrieb gibt. Welche Weiterbildungen könnten in Frage kommen, sollte der Ex-Azubi seinen Meister machen? „Förderung und Weiterbildung binden Ihren Mitarbeiter an den Betrieb“, so Bleumortier.

5. Halten Sie Kontakt

Ihr Azubi will nach der Ausbildung studieren, die Welt bereisen oder in einen anderen Betrieb wechseln? Dann halten Sie trotzdem Kontakt. Schließlich bedeutet es nicht, dass der Mitarbeiter nicht zu Ihnen **zurückkehrt**.

„Wir müssen Mitarbeiter auf Zeit akzeptieren“, meint Sabine Bleumortier. Und warum sollten sich nicht über den ehemaligen Azubi neue Kontakte und ein größeres Netzwerk aufbauen lassen? Auch deshalb lohnt es sich, Kontakt zu halten. Über **Facebook** oder **Instagram** geht das besonders leicht.

Noch mehr zum Thema Azubibindung finden Sie in Sabine Bleumortiers Buch: 44 Tipps zur Azubibindung. Auszubildende erfolgreich ausbilden und an das Unternehmen binden. (ISBN 978-3-7664-9959-2)

bottrop.

> Wirtschaft > Aktuelles > Ausbildungsmarketing

Ausbildungsmarketing für Azubiflüsterer

Wie Unternehmer Schülerinnen und Schüler für ihren Ausbildungsbetrieb begeistern

Fehlende Bewerbungen? Unbesetzte Ausbildungsplätze? Damit Unternehmen junge Menschen ansprechen, müssen sie sich als attraktiver Arbeitgeber mit interessanten Berufen darstellen. Mit den Möglichkeiten beim Ausbildungsmarketing beschäftigten sich die Teilnehmer des Vortrages „Ausbildungsmarketing für Azubiflüsterer“ im Alpincenter. Die Sabine Bleumortier ist Expertin für die betriebliche Ausbildung. In Ihrem Vortrag vermittelte sie anschaulich, worauf es bei der Ausbildung heute ankommt und wonach die Generation Z sucht.

Sara Kreipe, Abteilungsleiterin Wirtschaftsförderung Bottrop, stellte bei ihrer Begrüßung die Wichtigkeit des Themas heraus: „Der Fachkräftemangel ist bereits in aller Munde und in einigen Berufsfeldern bereits eklatant. Daher möchte die Wirtschaftsförderung die ansässigen Unternehmen mit praktischen Tipps unterstützen, sich als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren.“

„Die Zeiten sind vorbei, wo wir noch Waschkörbe voll Bewerbungen bekommen“, sagte Sabine Bleumortier ihren Vortrag. Bereits zum Ausbildungsbeginn haben mehr als 61 Prozent der Bewerber mehrere Ausbildungsverträge in der Tasche und suchen dann ihren zukünftigen Arbeitgeber aus. Aber wonach? Und wie schaffen es die Ausbildungsbetriebe sich als „attraktiver Arbeitgeber“ vorzustellen?

„Für eine Generation, die im relativen Wohlstand groß geworden ist, gelten andere Werte und Lebensvorstellungen. Wenn zwischen Bewerbung und Einstellung mehr als drei Monate vergehen, ist es realistisch, dass sie sich für einen anderen Ausbildungsbetrieb entscheiden“, erläuterte Sabine Bleumortier, die viele Tipps und vor allem die No-gos auf unterhaltsame Art vermittelte.

1. Februar 2019, 18.28 Uhr

© Stadt Bottrop 2019



Landwirtschaftskammer
Niedersachsen

Über uns
Jobs & Karriere

Presse
Bekanntmachungen

Kontaktmanager
Namen, Adressen, E-Mail

Förderung
Pflanze
Gartenbau

Betrieb & Umwelt
Tier
Forstwirtschaft

Amtliche Bekanntmachungen
10 Jahre LWK Niedersachsen
Betrieb Niedersachsen 2018
Über uns
Unser Leitbild
Präsident und Direktor
LWK als Arbeitgeber
Die LWK im Film
Jahresberichte
Adressen & Ansprechpartner
Aus den Dienststellen
Landwirtschaft in Niedersachsen
Projektmanagement, Projekte
Jobs & Karriere
Presse
Kontakt
Pressemitteilungen
Nutzungsurlaub
Pressemitteilungen als RSS
Videos
Unser YouTube-Kanal
About us
The Chamber of Agriculture Lower Saxony in film
Projectmanagement, Projects
LWK Mobil
Impressum
Datenschutz
Teilnahmebedingungen, Nutzungsbedingungen
Tools
Kantine in Oldenburg
Speiseplan

Wir bieten Lösungen - regional & praxisnah!
Startseite > Presse > **Pressemitteilungen**

Begriff oder Webcode eingeben
Suchen

Webcode: 01034370

Den Übergang von der Schule in den Beruf erfolgreich gestalten
„Was möchtest du werden?“ Mit dieser Frage sehen sich die Jugendlichen von heute wie damals konfrontiert. Heutzutage entscheiden sich jedoch immer mehr Jugendliche für einen Studienberuf, wobei die Abbruchquoten der Studiengänge steigen. Immer mehr Unternehmen haben u.a. dadurch Probleme ihre Ausbildungsplätze zu besetzen.
Um zu erörtern, wie der Übergang von der Schule in den Beruf erfolgreich gestaltet werden kann, luden die Oldenburgische Industrie- und Handelskammer (IHK), die Handwerkskammer Oldenburg (HWK), die Landwirtschaftskammer Niedersachsen (LWK), das Institut für Ökonomische Bildung (IOB) und der wgw e. V. am 16. Oktober zu einer Tagung im EWE Forum Alte Fleiwa ein. Prof. Hans Kaminski, Direktor des IOB, begrüßte die ca. 130 Schul- und Unternehmensvertreter und brachte das Motto der Tagung auf den Punkt: „Die Probleme im beruflichen Übergang werden immer wieder beklagt. Heute soll es um die Frage gehen, was wir selbst besser machen können.“
„Es sind alle Akteure (Betriebe, Agenturen für Arbeit, Kammern, Schulen) gefordert, die beruflichen Perspektiven transparent und praxisnah aufzuzeigen.“ betonte Hans-Joachim Harms, Direktor der LWK Niedersachsen in seinem Grußwort. Mit Hilfe einer kabarettistischen Einlage unter dem Motto „Spiegeln, Spiegeln an der Wand“ konfrontierten Studierende der Ökonomischen Bildung alle Teilnehmenden mit der Frage: „Agieren Sie selbst so vorbildlich, wie sie es sich von anderen wünschen?“ Nach diesem lebendigen Einstieg gab Sabine Bleumortier, selbständige Ausbildungsexpertin, Einblicke in die Wünsche und Erwartungen der heutigen Generation Z. „Die Jugendlichen suchen einen Sinn in ihren Tätigkeiten, wollen auf Augenhöhe behandelt werden und Anerkennung erfahren.“ so die Ausbildungsexpertin. Zudem vermittelte sie den Ausbildungsbetrieben praktische Tipps zur Gestaltung einer Website.
Wie ein erfolgreicher Übergang von der Schule in den Beruf gelingen kann, wurde unter Einbeziehung der Teilnehmer im Plenum erörtert. Der Moderator Heinz Kaiser vom Studienseminar Oldenburg für das Lehramt an berufsbildenden Schulen verdeutlichte, dass eine gute Qualifikation des Ausbildungspersonals und der Lehrkräfte für einen gelungenen Übergang von großer Bedeutung sei. „Hierfür muss die Thematik bereits in der Lehrerbildung aufgegriffen werden“, so Wolfgang Jöhnik, Bereichsleiter Berufsbildung bei der HWK Oldenburg. „Wir benötigen eine zentrale Anlaufstelle, die die Jugendlichen und Eltern wiederum an die jeweiligen Akteure weiterleitet. Mit den neuen Jugendberufsagenturen sind wir hier einen Schritt weitergekommen“ erklärte Frau Hallmann-Rosenfeldt, stellv. Bereichsleiterin Aus- und Fortbildung der LWK Niedersachsen. Rudolf Schröder, Professor für berufliche Orientierung am IOB versicherte: „Wir belassen es seitens der Kammern und des IOB nicht bei Sonntagsreden, sondern helfen den Unternehmen und Schulen z. B. durch vielfältige Lernmaterialien, Fortbildungen und Beratungsangebote.“ „Die Materialien und Fortbildungsangebote des IOB, die Ausbildungsbotschafter der Kammern sowie die Praxisworkshops für Unternehmen sind ein gutes Handwerkszeug um den Übergang erfolgreich zu gestalten.“ betonte Stefan Bünting, stellv. Abteilungsleiter Aus- und Weiterbildung der IHK. Dabei verwiesen sie auf die Informationsstände der Veranstalter, an denen sich die Teilnehmer in den Pausen mit Fachpersonal austauschen konnten.
Am Ende der Veranstaltung appellierte Heinz Kaiser vom Studienseminar Oldenburg für das Lehramt an berufsbildenden Schulen noch einmal: „Nur in der Summe der gemeinsamen Arbeit wird es eine erfolgreiche Weiterentwicklung der dualen Ausbildung geben.“
Kontakt: Walter Hollweg
Pressesprecher
Telefon: 0441 801-200
Telefax: 0441 801-174
E-Mail: walter.hollweg@lwk-niedersachsen.de

Newsletter **RSS-Feed**
Markt & Preise
Milch (CME)

Grundfutterbörse

Service vom Hof
Land erleben mit der neuen HofApp
Einkufen • Einkehren • Erleben

LWK-App
Per Klick Beratung finden!
Landwirtschaft erfolgreich machen!

Drittmittelprojekte der LWK Niedersachsen

EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums - ELER
Hier investiert Europa in die ländlichen Gebiete
Veranstaltungen
29.10. Fachgerechter Einbau von Kronensicherungen „Prägende Altbäume im Erscheinungsbild erhalten“
29.10. Arbeitskreis der AgrarBüromanagerinnen
29.10. Fachkenntnisse in der Lebensmittelhygiene nach § 4 Lebensmittelhygiene - Verordnung
29.10. Ausbildung zum Geprüften Klauenpfleger/ zur Geprüften Klauenpflegerin Gruppe K
29.10. Arbeitskreis Junge Unternehmer - Winterprogramm 2018/19

Stand: 25.10.2018

(Quelle: <https://www.lwk-niedersachsen.de/index.cfm/portal/7/nav/1095/article/33436.html>)

Seite 41 von 73

Sabine Bleumortier® - ERFOLGREICH AUSBILDEN
Fritz-Baer-Straße 42 • 81476 München • Tel. & Fax: 089 / 76 703 103
info@bleumortier.de • www.bleumortier.de

Fachtagung der Servicestelle Schule-Wirtschaft gab Tipps für künftige „Azubi-Flüsterer“

Published by Magdalena Antonczyk on 1. März 2018 - 16:23

(Quelle: <https://www.binkos.de/schule-wirtschaft/themen/2018/03/fachtagung-der-servicestelle-schule-wirtschaft-gab-tipps-fuer>)



Wie finden Unternehmen die passenden Nachwuchskräfte? Diese Frage stand im Mittelpunkt der Fachtagung „Vom Stift zum Schreiber – Azubis finden leicht gemacht“, die jetzt im Kreishaus Osnabrück stattfand. Zu den Teilnehmern gehörten (von links) Moderator Stephan Pregizer, Magdalena Antonczyk (Servicestelle Schule-Wirtschaft), MaßArbeit-Vorstand Sabine Ostendorf, Kreisrat Winfried Wilkens, Kerstin Hüls (Servicestelle Schule-Wirtschaft), Katja Driesel-Lange (Universität Münster) und Ausbildungstrainerin Sabine Bleumortier.

28.02.2018 Schulen, Unternehmen und Partner diskutierten über Chancen der Berufsorientierung

Osnabrück. Nachwuchsgewinnung ist für viele Unternehmen heute eine echte Herausforderung: Der demografische Wandel, aber auch der boomende Arbeits- und Ausbildungsmarkt haben dazu geführt, dass es in vielen Branchen schwer geworden ist, Azubis zu finden. Die Fachtagung „Vom Stift zum Schreiber – Azubis finden leicht gemacht“ der kommunalen Arbeitsvermittlung MaßArbeit gab jetzt Tipps für Unternehmen, um mögliche Azubis für sich zu gewinnen. Gleichzeitig zeigten Fachvorträge und Foren den Schulen eine Vielzahl von Möglichkeiten auf, die Berufsorientierung der Jugendlichen zu verbessern.

Doch auch Auszubildende selbst kamen zu Wort: „Denn wer wüsste besser als sie, wo es bei der Berufsorientierung hakt oder was Azubis von einem möglichen Ausbildungsunternehmen erwarten?“, so Kreisrat Dr. Winfried Wilkens bei der Begrüßung. In einem Interview mit Moderator Stephan Pregizer schilderte MaßArbeit-Vorstand Sabine Ostendorf, warum sich der Landkreis Osnabrück seit Jahren so intensiv im Bereich der Berufsorientierung engagiert: „Wir fahren mit unseren Handlungsfeldern Servicestelle Schule-Wirtschaft und Ausbildungslotsen zweigleisig: Zum einen unterstützen wir ganz gezielt Schulen und Unternehmen bei der Kooperation zur Nachwuchsgewinnung. Zum anderen begleiten wir mit unseren Ausbildungslotsen die Jugendlichen schon sehr früh in den Schulen“, so Ostendorf. So sei über die Jahre ein breites Netzwerk der Akteure entstanden, das in der Lage flexibel auf die jeweiligen Bedarfe und die individuelle Situation vor Ort zu reagieren.

Spannend wurde es bei den beiden Fachvorträgen. Ausbildungsexpertin Sabine Bleumortier zeigte mit viel Humor auf, wie Unternehmen zu „Azubiflüsterern“ werden können. In fünf Schritten und mit vielen praktischen Beispielen erklärte sie die wichtigsten Themen, die ausbildende Fachkräfte kennen müssen. Die vielen Tipps aus der Praxis machten dabei einiges klarer und sorgte für viel Schmunzeln, aber auch Aha-Erlebnisse im Publikum.

Die Schule und ihre Partner im Bereich der Berufsorientierung nahm die Geschäftsführerin des Zentrums für Berufsorientierungs- und Berufsverlaufsforschung (ZBB) der Universität Münster, Katja Driesel-Lange, in den Blick. „Berufsorientierung gelingt, wenn sie Jugendliche motiviert, indem sie dort ansetzt, wo diese sich im Entscheidungsprozess befinden“, zeigte sich die Erziehungswissenschaftlerin überzeugt. Motivation sei ein Aspekt, der oft vernachlässigt werde. Deshalb gehe es darum, Jugendliche nicht durch standardisierte Maßnahmen zu schleusen, sondern individualisierte Angebote in einer Maßnahme zu verbinden.

In den sich anschließenden Fachforen diskutierten die rund 160 Teilnehmer dann unter fachlicher Begleitung über Qualität in Ausbildung und Praktikum, die Möglichkeiten des Online-Portals Binkos, die Optimierung von Ausbildungsmessen oder die Herausforderungen des Ausbildungsalltags für Unternehmen sowie Unterstützungsangebote. So hält etwa die Servicestelle Schule-Wirtschaft der MaßArbeit ein neues Beratungsangebot für Betriebe bereit, um Nachwuchs zu gewinnen und ans Unternehmen zu binden. Und auch die Interviews mit den Jugendlichen sowie die Podiumsdiskussion mit Akteuren aus Schule, Betrieben, Wirtschaftsförderung und MaßArbeit zeigte: Es gibt keinen Königsweg der Begleitung junger Menschen im Übergang von Schule in den Beruf. „Die vergangenen Jahre haben jedoch gezeigt, dass das gemeinsame Engagement aller Beteiligten, der intensive Erfahrungsaustausch und das kontinuierliche Nachsteuern bei Maßnahmen schon sehr viel bewegt hat“, so MaßArbeit-Bereichsleiterin Susanne Steininger.

Ein [Kurzvideo der Fachtagung](#) sowie der Imagefilm der [Servicestelle Schule-Wirtschaft](#) gibt Einblicke in die gelungene Veranstaltung.

Text und Foto: MaßArbeit / Elvira Parton

14.09.2017 20:01

[Der BdS](#)

[Auftrag des BdS](#)

[Präsidium](#)

[Hauptgeschäftsführung](#)

[Pressemeldungen](#)

[Aktuelles](#)

[Archiv](#)

[Definition Systemgastronomie](#)

[Belegantes Blog](#)

[Preis der Deutschen
Systemgastronomie 2021](#)

[Menschen der Branche](#)

[Tarifverträge](#)

[Publikationen](#)

[Vor Ort auf Parteitagen](#)

[Bildergalerien](#)

[Stellenangebote](#)

[Ihre Ansprechpartner](#)

[Geschäftsstelle / Anreise](#)

Im Zeichen der Generation Z



Referentin Sabine Bleumortier (2.v.l.) mit BdS-Hauptgeschäftsführerin Andrea Belegante, BdS-Vizepräsident Alexander van Bömmel und BdS-Ausbildungsreferentin Nicole Campe (v.r.n.l.)

München, 14. September 2017: Einmal im Jahr lädt der BdS zum traditionellen Ausbildertreffen nach München ein. Die Veranstaltung ist das bundesweite Forum für den Dialog der Ausbildungsverantwortlichen in und aus der Systemgastronomie. Aus ganz Deutschland kamen Berufsschullehrer, betriebliche Ausbildungsverantwortliche, Unternehmer und Vertreter der IHK nach München, um den sich über die aktuellen Themen rund um die Berufsausbildung in der Systemgastronomie auszutauschen und zu informieren.

„Gute, motivierte Azubis und Mitarbeiter zu finden und zu begeistern, ist für die Zukunft der Branche entscheidend. Wir setzen dabei auf eine starke Partnerschaft aller an der Ausbildung Beteiligten. Es freut uns daher ganz besonders, dass wir auch in diesem Jahr eine neue Rekordteilnehmerzahl vermelden können. Dies zeigt die Relevanz der einzigartigen Dialogplattform, die unser Ausbildertreffen bietet.“ so BdS-Hauptgeschäftsführerin Andrea Belegante.

In diesem Jahr stand die Generation Z, also die nach 1995 geborenen Jugendlichen, im Fokus des Fachvortrages. Sabine Bleumortier, ihres Zeichens Azubiflüsterin und erfolgreiche Ausbildungstrainerin, stellte den mehr als 80 Teilnehmerinnen und Teilnehmern diese neue Generation potenzieller Azubis vor: Wie ticken die jungen Menschen? Was steckt hinter dem YOLO-Gedanken? Wie steht es um ihre Werte? Womit kann man sie für eine Ausbildung gewinnen und halten?

Die sich dem Vortrag anschließende Diskussion unterstrich noch einmal die Relevanz des Themas, sodass sich am Ende die Teilnehmer einig waren: Auch in diesem Jahr war das BdS-Ausbildertreffen ein echtes Highlight, das zu Recht mittlerweile ein Pflichtterminus für all diejenigen ist, die für die Berufsausbildung in der Systemgastronomie verantwortlich sind. Der Termin für das nächste BdS-Ausbildertreffen steht auch schon fest: Es findet statt am 20. September 2018. Der nächste [Teamcup der Systemgastronomie](#) findet am 10. März 2018 statt.

hallertau.info

Unternehmerfrühstück des KUS beleuchtet Ausbildungssituation

Ronnweg, 29.06.2017 (wk).

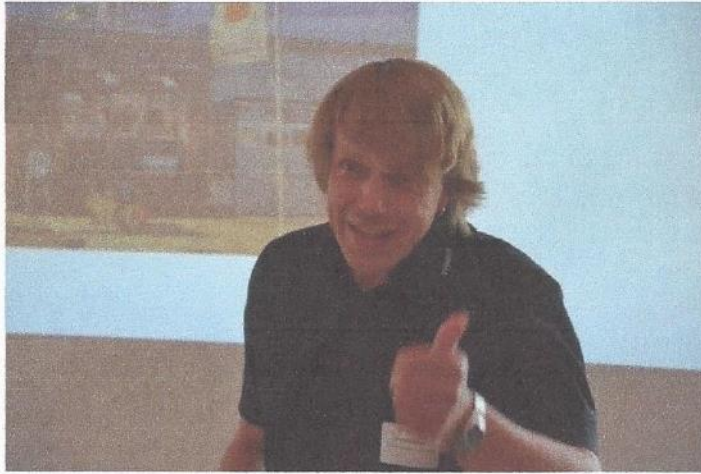
Zum zweiten Unternehmerfrühstück des Kommunalunternehmens Strukturentwicklung des Landkreises Pfaffenhofen (KUS) hatten sich gut 50 Geschäftsleute im neuen „Green Deer Hotel“ in Ronnweg eingefunden, um sich mit der Situation der Lehrlingsgewinnung zu befassen. Denn die jungen Leute bringen heute ganz andere Erwartungen an ihren zukünftigen Lehrberuf mit als früher. Deshalb stand das Treffen unter dem Motto „Wie Sie Auszubildende für Ihren Betrieb begeistern können“.



Junge Menschen, die nach 1999 geboren wurden, zählen zu dieser unabhängigen und technikaffinen Generation – auch „Generation Z“ genannt. „Diese Generation hat einen großen Wunsch nach Entfaltung. Sie entwickeln sich nicht mehr nach strikten Vorgaben, Mustern und Arbeitsleitfäden. Darauf müssen sich die Unternehmen künftig ein- und umstellen, hieß es. „Die Unternehmen müssen sich selbst und die angebotenen Ausbildungsstellen modern und zeitgemäß darstellen, nur so hat auch das Ausbildungsmarketing wieder Erfolg und es können mehr Bewerber gewonnen werden“, resümiert Andreas Regensburger, der die Veranstaltung eröffnete. Ziel der Veranstaltung sollte sein, dass die Teilnehmer zu einem „Ausbildungsflüsterer“ werden. Dazu hatte das KUS die Ausbildungsexpertin Sabine Bleumortier eingeladen, die mit 17 Jahren Ausbildererfahrung inzwischen Unternehmen zum Thema Ausbildung und Auszubildende berät.



Sie ging darauf ein, wie Sie Schüler für einen Ausbildungsbetrieb zu begeistern sind. Deshalb hänge viel davon ab, wie sich die Unternehmen nach außen präsentieren, so dass sie für Jugendliche interessant werden. Ihnen sei wichtiger, ehrliche und intensive Einblicke in das Unternehmen zu erhalten und das am besten über die digitale Ansprache. Die Jugendlichen sind im großen Wohlstand aufgewachsen, umso größer ist für sie der Wunsch, den Sinn und Nutzen ihrer Arbeit zu kennen. Man muss die Sehnsucht nach „Mehr“ wecken“, erläuterte Bleumortier.



Ein Unternehmen aus dem Landkreis, das sich ebenfalls intensiv mit diesem Thema befasst hatte, ist die Schreinerei Ludwig Mayr aus Manching. Das Unternehmen steht für eine gute und fundierte Ausbildung und ist überzeugt, dass Arbeitgebermarketing mittlerweile den gleichen Stellenwert wie Kundenmarketing hat. „Positive Wahrnehmung muss man sich auch auf dem Arbeitsmarkt erarbeiten und diese mit sorgfältiger Nachhaltigkeit weiterführen und ausbauen“, erklärt Geschäftsführer Andreas Mayr. Man stehe im Wettbewerb um Facharbeiter und Lehrlinge und müsse wegkommen von dem verstaubten Ausbildungs-Image. Das ginge nur, wenn man auf das Wertesystem der neuen Generation eingeht, so Mayr weiter. „Den Stift von damals gibt es nicht mehr! Der Auszubildende von Heute ist ein mündiger und selbstständiger Mensch. Dieser erwartet eine klare und moderne Kommunikation auf Augenhöhe.“



Nach den Referaten hatten die Teilnehmer die Möglichkeit sich beim gemeinsamen Frühstück auszutauschen.

Kommentare

Für diesen Beitrag sind noch keine Kommentare vorhanden.

<http://www.hallertau.info/index.php?StoryID=694&newsid=99959>

© hallertau.info — 05.07.2017





EDITORIAL

Rechtzeitig informieren

Was willst du werden? Eine Schicksalsfrage, die sich schon in der Schule stellt, in der Ausbildung, im Studium und mitunter auch im Beruf, wenn man doch nicht so ganz den richtigen Weg gefunden hat. Traumjobs liegen selten auf der Straße, aber es gibt Strategien für mehr Zufriedenheit, im besten Fall sogar Erfüllung im Beruf. Diese Beilage liefert erste Anhaltspunkte, wie man sich zu Beginn einer Lehre verhält, was es bedeutet, im Ausland Erfahrungen zu sammeln und wie man mit einem Studienium mehrere Fliegen mit einer Klappe schlägt. Es gibt viele Wege zum Ziel, wichtig ist es, sich rechtzeitig zu informieren und sich selbst zu befragen. R.B.

NACHRICHT

Neue Hefte der Arbeitsagentur zur Berufsorientierung

Die Bundesagentur für Arbeit hat im Rahmen ihrer Reihe „planet-beruf.de“ zwei neue Hefte herausgebracht: In „MINT & Sozial für you“ berichten junge Frauen über ihre Ausbildung in „MINT“-Berufen (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft, Technik) und männliche Azubis erzählen von ihrer Arbeit im sozialen Bereich – eine gute Vorbereitung auf den Girls-/Boys-Day am 27. April. Eine weitere Veröffentlichung richtet sich an Berufsorientierungs-Coaches, Lehrerinnen und Lehrer, die jugendliche Gefühle bei der Suche nach einer Ausbildung oder einem Studium unterstützen. Das Heft beinhaltet unter anderem Praxisbeispiele, Expertentipps und Arbeitsblätter. Einzel Exemplare sind in den Berufsberatungszentren (BZ) der Agenturen für Arbeit erhältlich. Gegen Gebühr können die Hefte angefordert werden unter Telefon 0911/12031015 oder per E-Mail an die Adresse bestellung@ba-bestsellservice.de Tsp

INHALT

TESTLAUF	B5
Im Praxissemester erproben sich Studierende im Betrieb.	
ERSTER EINDRUCK	B6
Beim Lebenslauf gucken Personalien genau hin.	
POKERFACE	B7
Antworten auf die knifflige Frage nach dem Gehalt.	
UMSTEIGERIN	B8
Wie die Lehrerin Bianca Kaminsky Verlegerin wurde.	
BUNTES ZUM SCHLUSS	B12
Spannende neue Studiengänge an deutschen Hochschulen.	

KARRIEREKOMPASS: Beilage des Tagesspiegels. Redaktion: Rolf Brockschmidt, Heila Kaiser, Aleksandra Ledowicz, Silke Zorn. Telfoto: Inago/Westend61; Anzeigen: Philipp Nadler. Postanschrift: 10876 Berlin, Telefon: (030)29021-0.

Jeden sofort duzen, alles besser wissen – keine gute Idee für einen Azubi. Tipps zum Start in die Ausbildung und den Umgang mit Chefs und Kollegen

Zuhören wirkt Wunder

VON JUDITH HYAMS

Gestern hing man noch auf dem Schulhof ab, quatschte über das Date am Wochenende, die neueste App und den mitunter echt doofen Mathelehrer – heute ist man mit doppelt und dreifach so alten Kollegen, komplizierten Maschinen, unerklärlichen Arbeitsabläufen oder ungedulden Kunden konfrontiert. Selten im Leben wird ein Wechsel so stark empfunden wie der zwischen Schule und Ausbildungsstart, zwischen Schülerdasein und straffem Berufsleben.

So ist es kein Wunder, dass eine Ausbildung holprig, zuweilen sogar richtig schwierig anlaufen kann. Wer sich aber ein bisschen

fen – dann wird klar, wie unterstützend und hilfreich Kritik sein kann.“ Das heißt jedoch nicht, dass Azubis stumm in der Ecke sitzen und sich jedes Wort verkniefen sollten – im Gegenteil. Gerade wenn die jungen Leute neue Aufgaben bekommen, sollten sie sich vor Nachfragen nicht scheuen, sagt Sabine Bleumortier. „Wenn etwas unklar geblieben ist, nicht einfach ins Blaue drauf los starten, sondern lieber nachfragen, bis alles verstanden wurde. Gut ist auch, wenn man sich nach getaner Arbeit wieder mit dem Ergebnis meldet und keine Angst hat, eventuell zu stören. Proaktives Fragen und Arbeiten ist überall gefragt.“

Dazu gehören auch bestimmte Formen der Kommunikation wie Gesten und Mimik. Aufgrund ihrer langjährigen Erfahrung hat Sabine Bleumortier festgestellt, dass Ausbilder häufig ein fehlendes Interesse bei ihren Schützlingen wahrnehmen – und das selbst dann, wenn die jungen Leute eigentlich ganz bei der Sache sind. Daher rät sie Lehrlingen, ihr Interesse auch deutlich zu zeigen: Im Gespräch mit Ausbildern und Kollegen bedeutet das schlicht: zuhören, nicken, nachfragen, gegebenenfalls für die Informationen danken und den Blickkontakt halten. Das motiviert auch Ausbilder, wovon wiederum beide Seiten profitieren.



Mit Neugier lernen. Ob Lehrlinge – wie diese angehenden Mechatroniker – Interesse an der Ausbildung haben, zeigt sich oft schon an ihrer Mimik und Gestik. Azubis sollten sich das bewusst machen. Foto: Thilo Richter

Kritik erstmal annehmen und darüber nachdenken

vorbereitet und mit realistischen Erwartungen in den Beruf startet, erleichtert sich selbst und den Kollegen das Leben.

Sabine Bleumortier arbeitet als selbstständige Ausbildungsexpertin und kennt beide Seiten. Sie empfiehlt den jungen Azubis, vor allem auf die so genannten Soft Skills zu setzen: „Höflichkeit und Freundlichkeit sollten selbstverständlich sein, schließlich möchte man als Auszubildender ja genauso respektvoll behandelt werden. Wichtig ist auch, dass man die Kollegen nicht gleich duzt oder anderen im Betrieb das Du anbietet – das sollte immer von den Ranghöheren ausgehen.“

Gerade zu Beginn einer Ausbildung macht es sich gut, zunächst einmal die Fühler auszustrecken und zu schauen, wie es im jeweiligen Unternehmen so läuft. Vorschneid vorgetragene Verbesserungsvorschläge eignen sich weniger, erklärt die Ausbildungsexpertin: „Häufig wollen Azubis gleich vortreten, was in Unternehmen mit flachen Hierarchien ja in der Regel auch kein Problem ist. In größeren Betrieben mit einer gewissen Hierarchie ist es aber ratsam, nicht gleich am ersten Tag mit einer neuen Idee nach der anderen zu kommen. Die meisten älteren Kollegen erwarten oder schätzen, dass man erstmal abwartet und dem Vorgesetzten den Vortritt lässt.“

Übrigens sollte man auch bei Kritik nicht gleich dem natürlichen Rechtfertigungsdrang nachgeben. Lieber zuhören, nachdenken und eine Nacht drüber schla-

Tatsächlich mögen diese Gesten klein und alltäglich wirken, bleiben sie jedoch aus, kann die Verständigung leiden und Missverständnisse entstehen leichter.

In der Interaktion mit dem Gegenüber müssen viele Azubis offenbar noch feilen – was sowohl zur persönlichen, wie zur beruflichen Entwicklung dazugehört. „Häufig wissen Azubis nicht, was für eine Wirkung sie auf andere haben. Sie legen zwar viel Wert auf Individualität, machen sich aber

weniger Gedanken, wie sie im professionellen Umfeld auf andere wirken“, sagt Sabine Bleumortier und ergänzt, dass es natürlich diejenigen leichter haben, die sich um das eigene Auftreten und die Erscheinung kümmern.

Beim Thema Kleidung ist selbstverständlich, dass diese sauber und ordentlich zu sein hat. Fest steht, dass man in einer Bank konservativ auftreten muss, während man in der Werbebranche oder im Maschinenbau mehr Spielraum hat. Und auch wenn sich Turnschuhe fast überall als normales Schuhwerk durchgesetzt haben, gilt das noch lange nicht für Trainingshosen oder Flip Flops.

Zum Reibungspunkt in vielen Betrieben kann auch die Nutzung des Smartphone werden. Grundsätzlich sollten Auszubildende es als rein privates Gerät betrachten, das während der Arbeit in der Ta-

Gefummel am Handy kommt nicht gut an

sche bleiben und am besten komplett ausgeschaltet sollte. Vor allem bei Kundengesprächen gehört es nicht auf den Tisch. Allerdings wird das von Branche zu Branche unterschiedlich gehandhabt, weshalb Sabine Bleumortier den Azubis rät, sich an ihren Arbeitskollegen zu orientieren und nachzufragen. Gleichzeitig fordert sie auch von den Ausbildern Verständnis: „Die meisten Azubis sind mit dem Handy und dem Internet aufgewachsen, da steckt praktisch ihre Welt und ihr ganzes Leben drin.“

BERUFSORIENTIERUNG

Schreib auf, was Du kannst!



Die Welt der Berufe ist bunt.

Wer noch auf der Suche nach der Wunschausbildung ist, ist dankbar für ein wenig Hilfe – zum Beispiel von den Eltern. Sie sollten Teenager öfter dazu anregen, über ihre eigenen Stärken nachzudenken. Denn die Frage „Was kann ich eigentlich gut?“ ist für viele nicht leicht zu beantworten – bei der Berufswahl aber entscheidend. Darauf weist der Studienkompass (studienkompass.de), eine Initiative mehrerer Stiftungen von Unter-

nehmen, in einem Ratgeber für Eltern hin. Am besten reflektieren Sohn oder Tochter schriftlich.

Fragen, die dabei sinnvoll sind, lauten zum Beispiel: Welche Eigenschaften schätzen Freunde an mir? Stimme ich damit überein, oder sehe ich andere Stärken? Was sind meine Interessen? Wiederholen Jugendliche dies im Abstand von einigen Monaten, kristallisieren sich häufig persönliche Interessen heraus.

Bei der Berufsorientierung kann man sich auch von Apps helfen lassen, etwa der neuen kostenlosen „Azubiwelt 1.0“ der Bundesagentur für Arbeit. Via Smartphone können Schüler herausfinden, welche Ausbildungen es in einzelnen Berufsfeldern gibt. Wer schon weiß, was er machen möchte, findet über die App darüber hinaus **passende Lehrstellenangebote**. dpa



INTERNATIONAL

Jenseits der Grenze ist das Gras auch nicht grüner

Die Expertin Sabine Bleumortier hat in einer Befragung festgestellt, wie es in Deutschland um die Ausbildung der Ausbilder selbst bestellt ist. Aus vielen Gesprächen wissen wir, dass die Lage mit Österreich vergleichbar ist.

TEXT: Sabine Bleumortier FOTO: Elisabeth Pfahler-Scharf

Bei der Qualifizierung von auszubildenden Fachkräften in den Fachbereichen der Ausbildungsbetriebe gibt es noch einigen Verbesserungsbedarf: Ein Viertel (24 Prozent) der Azubibetreuer wird nicht auf ihre Tätigkeit vorbereitet. 40 Prozent der auszubildenden Fachkräfte geben an, dass ihnen ihre Aufgaben für die Funktion der Azubibetreuer nicht erklärt wurden. Weitere Ergebnisse der Befragung aus zwei Perspektiven, bei der Ausbildungsleiter ebenso wie auszubildende Fachkräfte befragt wurden: Die Hälfte der Betriebe bietet Trainingsmaßnahmen für auszubildende Fachkräfte an. Diese Qualifizierung für Azubibetreuer findet hauptsächlich in Form von Präsenztrainings statt, und die Trainings finden in über der Hälfte der Betriebe einmal jährlich zum weitaus größten Teil während der Arbeitszeit statt. Neue Formen wie E-Learning, Webinare oder eine Kombination von Präsenztrainings und Webinaren oder Videos werden dabei nur von einer Minderheit angeboten. Die Inhalte der Trainings für auszubildende Fachkräfte sind hauptsächlich Kommunikation mit Auszubildenden, Aufgaben und Rollen des Ausbildungsbeauftragten, Führen von Beurteilungsgesprächen, Konfliktmanagement und Motivation von Auszubildenden. 68 Prozent der befragten auszubildenden Fachkräfte wünschen sich dabei mehr Unterstützung durch Trainings. Auch weitere Veranstaltungen und Hilfsmittel speziell für Azubibetreuer werden gewünscht.

Wissen auf Augenhöhe

Wie auszubildende Fachkräfte für ihre Funktion qualifiziert werden, darüber wusste man bisher nicht viel. Dabei ist die Funktion des Azubibetreuers eine der wichtigsten im Rahmen der betrieblichen Ausbildung. Die Expertin Sabine Bleumortier gibt dazu

Sabine Bleumortier ist Ausbildungsexpertin und seit 17 Jahren im Ausbildungsbereich tätig. Die selbstständige Beraterin und Trainerin rund um das Thema Berufsausbildung führt Seminare zur Ausbilderqualifizierung für auszubildende Fachkräfte wie Ausbilder und Trainings für Auszubildende durch. Zudem hält sie Vorträge und Keynotes. Ihr zweites Buch „Hilfe, ein Azubi kommt! – Was Azubibetreuer wissen müssen“ ist 2014 erschienen.
www.bleumortier.de



drei Handlungsempfehlungen, um eine hohe Ausbildungsqualität sicherzustellen: 1. Auszubildende Fachkräfte müssen auf ihre Funktion vorbereitet werden. Dazu sind mindestens die Aufgaben und Verantwortungsbereiche mit den Azubibetreuern zu besprechen. 2. Es sollten mehr Trainings zur Qualifizierung der auszubildenden Fachkräfte angeboten werden. Neben Präsenztrainings ist hier an neue Formate und insbesondere Kombinationen von Präsenztrainings mit Webinaren/Videos zu denken. Dafür spricht der Wunsch der Ausbildungsbeauftragten ebenso wie die Steigerung der Nachhaltigkeit. Nicht zu vergessen ist in diesem Zusammenhang, dass auch die Azubis selbst in der elektronischen Welt zu Hause sind. 3. Zur besseren Unterstützung der auszubildenden Fachkräfte sind weitere Veranstaltungsformate und organisatorische Hilfsmittel empfehlenswert. Das können Vorträge, Workshops oder Treffen zum Erfahrungsaustausch sein. Auch Checklisten, die den Ausbildungsalltag erleichtern, oder Intranetseiten mit speziellen Informationen für Azubibetreuer werden gut angenommen. Zur Umfrage kann ein ausführliches Management-Summary per Mail angefordert werden. ■

Berliner Morgenpost

BERUFSEINSTIEG

Azubi-Knigge: Zehn Tipps für einen erfolgreichen Jobstart

04.08.2018, 15:26 | Lesedauer: 8 Minuten

Christine Hothoff



Freundliches Auftreten ist schon mal ein guter Anfang, um bei den neuen Kollegen gut anzukommen.

Foto: imago stockphoto /
insagolvestand61

Die ersten Tage im Betrieb entscheiden, welchen Eindruck Auszubildende machen. Mit diesen Tipps gelingt die Premiere ohne Probleme.

Berlin. Das Vorstellungsgespräch hat man gemeistert, den Ausbildungsplatz in der Tasche, kann also eigentlich nichts mehr schiefgehen. Oder doch? Gerade Berufseinsteigern schießen vor dem ersten Tag im Unternehmen viele Fragen durch den Kopf: Was kommt auf mich zu? Was ziehe ich an? Wie verhalte ich mich gegenüber Kollegen und Vorgesetzten? Zum Ausbildungsstart liefert unser Azubi-Knigge Antworten.

1. Vorbereiten

Einfach gemacht und doch oft vergessen: Vor dem ersten Arbeitstag sollten Auszubildende ihr Wissen über das Unternehmen auffrischen. Wie lautet der vollständige Name der Firma? Wer ist Geschäftsführer und mit welchen Vorgesetzten könnte man es zu tun bekommen? Hilfreiche Informationen gibt es auf der Webseite des Unternehmens, meist findet man dort sogar ein Organigramm. Die [Industrie- und Handelskammer \(IHK\) Nord Westfalen](#) rät zudem: „Erkundigen Sie sich vorab über die Unterlagen, die Ihr Arbeitgeber von Ihnen benötigt.“ Etwa zu Bankkonto, Sozialversicherung oder Schulabschlüssen. Außerdem sollte man sich frühzeitig um die **Anreise** kümmern, um sich nicht gleich am ersten Tag zu verspäten.

2. Notizen machen

Gerade zu Beginn prasseln viele Informationen auf die Azubis ein. Um den Überblick nicht zu verlieren, ist es hilfreich, das Wichtigste zu notieren. „Notizen, die sich Auszubildende während Gesprächen oder Lerneinheiten mit ihrem Ausbilder machen, kommen immer gut an“, schreibt Ausbildungsexpertin Sabine Bleumortier, die [auf ihrer Webseite](#) Tipps für einen erfolgreichen Berufsstart gibt. „Die Jugendlichen sollten daher stets Zettel und Stift dabei haben und sich nicht scheuen, diese zu benutzen.“

Coronavirus: Aktuelle Informationen als Newsletter

Wir informieren Sie täglich über die neuesten Entwicklungen.

E-Mail-Adresse

Jetzt anmelden

Mit meiner Anmeldung zum Newsletter stimme ich der [Web-Anmeldung](#) zu.

3. Fragen stellen



Manchmal kann man sich noch so viele Notizen machen – wenn man einfach nicht versteht, was der Kollege einem zu erklären versucht, hilft das wenig. Deshalb: Keine falsche





Am Anfang muss man nicht alles verstehen, was die Kollegen erklären – dann einfach nochmal nachfragen.
 Foto: Imago stock&people / Imago/Westar 661

Scheu und einfach drauflos fragen. Niemand erwartet, dass man gleich zu Anfang schon den totalen Durchblick hat. Bleumortier: „Es dürfen immer Nachfragen gestellt werden, wenn etwas nicht verstanden wurde. Das zeugt von Interesse und Motivation für das Thema.“

4. Passende Kleidung

Was für das Vorstellungsgespräch gilt, ist auch im Berufsalltag richtig: zum Unternehmen passende Kleidung wählen. „Wer in einer Bank arbeitet, braucht eher konventionelle Kleidung, also Anzug oder Kostüm. In einem technischen Beruf geht auch eine neuere, saubere Jeans“,

so die IHK Nord Westfalen. Grundsätzlich sei es am besten, gepflegt, seriös und eher zurückhaltend aufzutreten. „Bauchfrei, Glitzer, schlampig, schmutzig gehen gar nicht. Wenn Sie unsicher sind, fragen Sie Ihre Eltern oder Bekannte, die die Spielregeln im Arbeitsleben schon kennen.“

5. Aktiv werden

Ist die Arbeit getan, heißt das nicht, dass man es sich gemütlich machen sollte. Schon gar nicht, indem man sein Smartphone zückt. Stattdessen sollten Azubis ihrem Ausbilder Bescheid geben, nach weiteren Aufgaben fragen oder Kollegen Hilfe anbieten, rät Ausbildungsexpertin Bleumortier. Auch mit eigenen Ideen müssten sich Lehrlinge nicht zurückhalten. „Sicher sollten diese nicht am ersten Praxistag einen Verbesserungsvorschlag nach dem anderen machen. Nach ein paar Tagen dürfen wohlüberlegte Ideen gerne eingebracht werden“, schreibt Bleumortier.

6. Zuverlässig sein

Nicht nur pünktlich zur Arbeit erscheinen sollte man, auch anstehende Termine wollen eingehalten werden. Genauso muss man sich rechtzeitig krank melden und besser einmal zu viel als zu wenig Bescheid geben: „Manchmal wissen Ausbilder gar nicht, wo sich ihr Auszubildender gerade befindet. Diese sollten daran denken, Bescheid zu geben, wo sie hingehen – auch wenn eine Pause oder das Arbeitsende ansteht“, rät Bleumortier. „Zuverlässigkeit freut den Ausbilder und spart ihm Zeit.“

7. Gutes Benehmen

Sollte selbstverständlich sein: Wer freundlich und höflich auftritt, schafft die beste Basis, um bei Vorgesetzten, Kollegen und Kunden gut anzukommen. „Dazu gehört das Grüßen am Morgen wie tagsüber, das Tür aufhalten, die eigene verständliche Vorstellung mit Namen und das Aussprechen lassen“, so die Expertin.

8. Kontakte knüpfen



Wenn man sich gut mit den Kollegen versteht, ist die Arbeit gleich angenehmer.
 Foto: Imago stock&people / Imago/Westar 661

Der Job kann noch so toll sein, wenn die Chemie zwischen den Kollegen nicht stimmt, geht man schon mit Bauchschmerzen zur Arbeit. Wer Punkt 7 beherzigt, hat aber die halbe Miete schon mal geschafft. Jetzt heißt es: Initiative zeigen. Die Abteilung geht zum Mittagessen? Mitgehen! Der Kollege war im Urlaub? Nachfragen, wie's war! Auch ein wenig Interesse an der Arbeit der anderen schadet nicht. Jetzt noch ein bisschen was von sich erzählen und die ersten Kontakte sind geknüpft.

9. Richtig telefonieren

Der Kollege ist nicht da, aber sein Telefon klingelt? Manchem Berufseinsteiger graut es vor dieser Situation. Dabei ist die richtige Reaktion simpel: Nicht einfach klingeln lassen, sondern mit eigenem Namen und dem des Betriebs

melden. Kann man dem Gegenüber selbst nicht helfen, notiert man sich dessen Anliegen. Außerdem seinen Namen und die Telefonnummer, damit der Kollege zurückrufen kann. Ganz Eifrige fragen noch, wann der Anrufer am besten zu erreichen ist.

10. Kritik annehmen

Trotz aller guten Ratschläge: Niemand ist perfekt und in einem neuen Umfeld passieren leichter Fehler. Übt der Vorgesetzte Kritik, etwa in einem Feedbackgespräch, sollten Azubis nicht den Fehler machen und fadenscheinige Ausreden finden. „Auszubildende sollten in den Gesprächen offen für Anregungen sein, gut zuhören und nach Verhaltensbeispielen fragen“, rät Bleumortier. Und schon gibt es beim nächsten Mal gar keinen Grund mehr für Kritik.



„Lehrlinge wollen Kommunikation auf Augenhöhe“

Schüler für eine Lehre zu begeistern ist eine Herausforderung. Ausbildungsexpertin Sabine Bleumortier weiß, wie der Funke überspringt und welche Fehler Lehrbetriebe vermeiden sollten.

ANITA ARNEITZ

„Kärntner Wirtschaft“: Wie kann man Lehrlinge für sein Unternehmen begeistern?

Sabine Bleumortier: In erster Linie durch eine gute praktische Ausbildung, in der der Auszubildende ernst genommen und wertgeschätzt wird – von allen Mitarbeitern. Die Auszubildenden sind von Beginn an in den Arbeitsalltag zu integrieren. Dazu braucht es Fachkräfte, die sich um die Lehrlinge kümmern. Wenn die Ausbildungsqualität stimmt, gilt es im Ausbildungsmarketing darüber zu berichten. Jeder Betrieb sollte im Lehrlingsmarketing kommunizieren, was das Besondere an der Ausbildung ist und welchen Nutzen Schüler haben, wenn sie diesen Beruf erlernen.

Wie kann die Ausbildung für die Jugend attraktiver gestaltet werden?

Individualität ist heute Trumpf: Zusatzqualifikationen anbieten, die zum Lehrling passen, und Lehrmethoden verwenden, die

dem Lerntyp des Lehrlings entsprechen, um ein paar Beispiele zu nennen. Für viele ist eine Ausbildung attraktiv, wenn sie mitgestalten und eigenständige Projekte bearbeiten können. Und wie wäre es mit einer Onlineprüfungsvorbereitung per App? Da das Sicherheitsbedürfnis groß ist, kommt auch eine Übernahme-garantie bei der Jugend gut an.

Wie tickt die Jugend heute?
Beim Nachwuchs sind ein paar Dinge auffällig, die ältere Auszubildende negativ sehen. Viele Auszubildende sind es von ihren Eltern gewohnt, um-sorgt zu werden, und fordern eine starke Betreuung. Gleichzeitig möchten sie vom ersten Tag an mitreden. Viele wünschen sich flache Hierarchien und gehen unbedarft mit einer Frage auf den Geschäftsführer zu.

Viele Betriebe tun sich schwer, motivierte Lehrlinge zu finden ...

Ich möchte nicht behaupten, dass es einfach ist. Allerdings wird mir

„Es wird zu viel über die Auszubildenden und zu wenig mit ihnen gesprochen.“

Sabine Bleumortier,
Ausbildungsexpertin
und Trainerin



Wenn sowohl Lehrling als auch Auszubildner sogar in ihrer Freizeit positiv über die Ausbildung sprechen, ist das für Sabine Bleumortier ein Erfolg mit großer Wirkung fürs Lehrlingsmarketing.

Foto: KK/Bleumortier

von den Betrieben zu viel gejamert anstatt gehandelt. Das fängt bei der Ausbildungshomepage an, die oft fehlt oder nicht ansprechend gestaltet ist. Unternehmen müssen dringend umdenken und sich bei den Schülern bewerben. Die meisten Jugendlichen, die ich treffe, sind sehr motiviert. Ausbildungsbetriebe sollten sich überlegen: Wer ist meine Zielgruppe? Welches Hobby haben diese? Wo finde ich diese Zielgruppe? So können Marketingmaßnahmen gezielt gesteuert werden.

Was sind die größten Fehler, die Auszubildner machen?

Manchmal wird zu viel über die Auszubildenden und zu wenig mit ihnen gesprochen. Direktes und konkretes Feedback ist wichtig, ebenso Lob. Sätze wie „Das ist nur unser Lehrling“ oder „Lehrjahre

sind keine Herrenjahre“ sollte niemand mehr hören müssen. Wir sollten Vorbild für den Nachwuchs sein. Dem Auszubildenden das Handy zu verbieten, selbst aber das private Handy während der Arbeitszeit zu nutzen, passt nicht.

Ihr Tipp an Unternehmer, die junge Leute ausbilden?

Haben Sie Vertrauen zu Ihren Auszubildenden und glauben Sie an diese. Schätzen Sie auch die auszubildenden Fachkräfte. Die Lehrlingsbetreuer benötigen für ihre Tätigkeit Unterstützung und Wertschätzung. Wenn die Ausbildungsbetreuer gut qualifiziert und begeistert sind, kann der Funke viel besser auf den Lehrling überspringen. Und dann macht Ausbildung Spaß: dem Auszubildenden und dem Lehrling.

ZUR PERSON

- Sabine Bleumortier wurde 1971 in München geboren, studierte Sozioökonomie und arbeitete als Marktforscherin sowie Ausbildungsleiterin in einem Industriebetrieb.
- Seit 2007 ist sie Trainerin, Beraterin, Rednerin und Autorin für das Spezialgebiet betriebliche Ausbildung.
- Zu diesem Thema veröffentlichte sie die Bücher „Hilfe, ein Azubi kommt!“ Was Azubibetreuer wissen müssen“ und „Ausbildungsbeauftragte gewinnen, qualifizieren und motivieren“ im Christiani Verlag.
- In ihrer Freizeit liest Bleumortier gerne im Strandkorb oder besucht das Krimifestival in München.



Wirtschaft & Soziales

Junge Botschafter

Azubis werben Der Mangel an guten Nachwuchskräften auf dem Ausbildungsmarkt lässt viele Unternehmen auf die eigenen Auszubildenden setzen: Auf Messen oder in Schulen werben sie für ihren Arbeitgeber – und stehen für Glaubwürdigkeit und Authentizität.



Eine Ausbildungsmesse ohne Azubis? Für Sabine Bleumortier ist das heute kaum mehr vorstellbar. „Ohne Auszubildende brauche ich mich als Unternehmen heute gar nicht auf einer Messe sehen zu lassen“, sagt die selbstständige Trainerin und Ausbildungsexpertin aus München. Die jungen Mitarbeiter können authentisch aus dem Ausbildungsalltag berichten.

Einsatz vorbereiten. Viele Unternehmen setzen auf ihre jungen Botschafter, um dem drohenden Fachkräftemangel zu begegnen. Doch der Einsatz von Azubis als Multiplikatoren sollte gut vorbereitet sein: „Sie sollten alles mit ihren Worten erklären können und Schüler direkt ansprechen“, rät Bleumortier. Fragen wie „Welchen Schulabschluss willst du machen?“ oder „Welchen Beruf möchtest du erlernen?“ erleichtern den Gesprächseinstieg. Reine Plauderstündchen untereinander hingegen schrecken potenzielle Bewerber ab.

Generation Pampers. Um den Akquiseerfolg zu erhöhen, sollten Unternehmen einen Trend berücksichtigen, den Wissenschaftler wie Professorin Dr. Daniela Eisele von der Hamburg School of Business Administration bereits an verschiedenen Stellen ausgemacht haben: Die angehenden Azubis legen großen Wert auf Vorschlä-

ge von Älteren. Fachleute sprechen von der „Generation Pampers“, die auch schon mal die Eltern zu Vorstellungsgesprächen mitbringt. Unselbstständiger als andere sind die jungen Leute indes nicht, schildert Eisele ihre Erfahrungen. Die Professorin für Personalmanagement vermutet vielmehr, dass sich die Vertrauensbasis geändert hat, auf der sich die Mädchen und Jungen bewegen.

Präsenz anpassen. Für Unternehmen kann das bedeuten, auf Ausbildungsmessen neben den eigenen Lehrlingen eine gute Mischung von Ansprechpartnern aus verschiedenen Bereichen und Hierarchiestufen zu präsentieren. „Viele Eltern“, sagt Eisele, „möchten mit jemandem aus dem Personal oder aus der Leitungsebene sprechen.“ Einige Betriebe haben reagiert und bieten ihre Informationen zielgruppendifferenziert an – seriös für die Eltern, locker für potenzielle Bewerber.

Weitere Punkte sammeln. Auch online können Arbeitgeber punkten: Imagefilme auf der Internetseite sind ebenso wirkungsvoll wie Fotos und Berichte von Azubis oder Mitarbeitern. Die sozialen Netzwerke spielen zwar auch eine Rolle, im Azubi-Recruiting jedoch eine untergeordnete. Viele Jugendliche scheuen noch die Vermischung von Beruflichem und Privatem.



Tipps für die Messe

Sabine Bleumortier rät Unternehmen, Auszubildende für ihren Einsatz auf Messen vorzubereiten. Rollenspiele seien eine ideale Möglichkeit, Gesprächsverläufe einzüben. Interessenten, die sich mit Papierbewerbungen vorstellen, sollten auf keinen Fall weggeschickt und auf eine Onlinebewerbung verwiesen werden: „Damit verlieren Unternehmer interessante Kandidaten.“ Prof. Dr. Daniela Eisele empfiehlt Betrieben, Speed-Dating-Angebote mit gezielten Terminen wahrzunehmen: „Die Angebote bieten beiden Seiten eine hohe Effizienz.“

15.01.2015 | Recruiting

Elf Gründe: Warum die Zahl der unbesetzten Azubistellen steigen wird



Ausbildungsexpertin Sabine Bleumortier mahnt die Unternehmen, ihr Personalmarketing für Azubis besser zu gestalten.

Bild: Haufe Online Redaktion

Noch immer beklagen Unternehmen, dass sie nicht genügend Azubis finden. Ausbildungsexpertin Sabine Bleumortier glaubt, dass es sich manche Betriebe dabei zu leicht machen. Sie zeigt elf Gründe auf, warum die Zahl der unbesetzten Ausbildungsplätze steigen wird – wenn sich nichts ändert.

Grund 1: Ausbildungsbetriebe sind nicht dort, wo der Nachwuchs zu finden ist.

Eine gute Ausbildungshomepage findet sich noch zu selten und die Möglichkeiten im Internet werden nicht ausgeschöpft. Innovative Aktionen vor Schulen, örtlichen Fast-Food-Ketten oder bei Veranstaltungen, auf denen sich Schüler tummeln, sind rar. ([Mehr zur Gestaltung einer Karriereseite](#))

Grund 2: Das Marketing ist zu unpersönlich.

Anzeigen sollten mit Bildern und Kontaktdaten der eigenen Auszubildenden und/oder Ausbilder persönlicher gestaltet werden. Auszubildende sind als Botschafter zu nutzen. Aktionen wie „Ausbilder sucht seinen Azubi“ oder „Azubis suchen ihre Nachfolger selbst“ gibt es nur spärlich. ([Beispiele für schlechtes Personalmarketing](#))

Grund 3: Betriebe kennen ihre Zielgruppe nicht.

Ausbildungsbetriebe setzen sich noch zu wenig mit der jungen Generation auseinander. Sie wissen nicht, wer genau sich für ihren Beruf und ihr Unternehmen interessiert. Was verbindet diese Personen und kann für ein erfolgreiches Ausbildungsmarketing genutzt werden? ([Mehr zum Personalmarketing](#))

Grund 4: Schüler werden weggeschickt.

Insbesondere auf Messen oder Speed-Dating-Events kann immer wieder beobachtet werden, dass Bewerbungsunterlagen nicht angenommen werden. Dagegen wird der Interessent an ein Online-Bewerbungssystem verwiesen. Diesen Schüler hat der Betrieb mit großer Wahrscheinlichkeit verloren. ([Mehr zur digitalen Bewerbung](#))

Grund 5: Anforderungsprofile werden nicht überarbeitet.

Anforderungsprofile für die Ausbildungsberufe stehen oft seit Jahrzehnten fest. Aber die Zielgruppe wie Berufe haben sich geändert und die Frage ist, ob die teils hohen Anforderungen der Unternehmen wirklich notwendig sind. ([Mehr zur Erstellung von Anforderungsprofilen](#))

Grund 6: Die Reaktionszeit der Betriebe ist zu langsam.

Teilweise erhalten Schüler erst nach drei Wochen einen Eingangsbescheid auf ihre Bewerbung – andere erhalten diesen nie. Anschließend dauert es Wochen oder Monate bis die Einladung zum Vorstellungsgespräch oder eine Absage folgt. Das kann und muss in Zeiten der modernen Kommunikationstechnik schneller gehen. ([Mehr zu den Folgen schlechter Bewerbungsprozesse](#))

Grund 7: Ausbilder wissen nicht, was das Besondere an ihrer Ausbildung ist.

Früher war es die Standardfrage im Vorstellungsgespräch an den Bewerber: „Warum sollten wir uns für Sie entscheiden?“ Heute ist es genau umgekehrt und ein Schüler fragt schon mal, was das Besondere an der Ausbildung im Betrieb ist. Darauf haben zu wenig Personal eine gute Antwort parat. ([Mehr zur Gewinnung von Azubis](#))

Grund 8: Der Ausbilder kann sich nicht entscheiden.

Es könnte noch ein Bewerber kommen, der besser als neuer Auszubildender geeignet ist, so denken manche Ausbilder und warten auf den perfekten Kandidaten. Aber die junge Generation möchte nicht auf eine Warteliste gesetzt werden und zweite Wahl sein. ([Mehr zur Personalauswahl](#))

Grund 9: Die Bedeutung des positiven Images wird unterschätzt.

Ein Schüler, der weitererzählt wie gut ihm sein Praktikum gefallen und der vom Betrieb gleich eine Zusage erhalten hat, ist gold wert – ebenso Erlebnisse von Bewerbern, die auf Messen eine Einladung zum Vorstellungsgespräch oder direkt nach Versand der Bewerbung einen Anruf vom Ausbilder zur Terminvereinbarung erhalten. Das ist kostenlose Werbung für das Unternehmen, die Mitschüler anspricht. Online-Bewertungsportale können das positive Image zudem unterstützen. ([Mehr zum Thema Bewertungsportale](#))

Grund 10: Ausbildungsmarketing wird zu kurzfristig gedacht.

Wenn eine Aktion im Ausbildungsmarketing einmal nichts gebracht hat, wird sie nicht noch ein zweites Mal ausprobiert. Dabei dauert es manchmal länger, sich im Gedächtnis der Schüler zu verankern. Oft wird mit dem Ausbildungsmarketing erst begonnen, wenn Plätze zu besetzen sind. Das ist zu kurzfristig gedacht. Ausbildungsmarketing muss früher beginnen. ([Mehr zum Personalmarketing](#))

Grund 11: Es wird eher auf materielle Anreize gesetzt als auf Ausbildungsqualität.

Gerade in den vergangenen Monaten versuchen Unternehmen, Schüler über materielle Anreize auf sich aufmerksam zu machen. Das mag kurzfristig den erwünschten Erfolg bringen, aber ob diese Bewerber langfristig am Beruf und Unternehmen Interesse zeigen ist fraglich. Am Ende muss die Ausbildungsqualität und Betreuung des Auszubildenden in den Betrieben stimmen. ([Mehr zur Ausbildungsbetreuung](#))



Deutsche Handwerks Zeitung

MIT WIRTSCHAFTSZEITUNG FÜR DEN MITTELSTAND

Für Ausbilder - 13.08.2014

Verhalten im Betrieb

Knigge-Tipps für Ausbilder

Es ist gang und gäbe, dass von Auszubildenden gute Umgangsformen erwartet werden. Doch auch Ausbilder sollten Wert auf gute Umgangsformen legen und eine Vorbildfunktion erfüllen. Sechs Verhaltenstipps.



Foto: Westend/Fotolia

Von den Auszubildenden werden gute Umgangsformen erwartet, aber auch Ausbilder sollten sich selbst entsprechend verhalten.

Die Trainerin und Rednerin Sabine Bleumortier gibt Ausbildern sechs Knigge-Tipps an die Hand, mit denen diese ihre Auszubildenden begeistern können und selbst mehr Freude an der Ausbildung haben.

1. Wertschätzung zeigen

Wertschätzung und Respekt gegenüber allen Mitmenschen zu zeigen, ist wichtig, damit der Umgang untereinander stimmt. Es ist wichtig, Auszubildende in ihrer eigenen Individualität wertzuschätzen, ernst zu nehmen und fair zu behandeln. Dazu gehört Lob ebenso wie die Arbeit an realen Aufgaben.

2. Kniggeregeln kennen und anwenden

Freundlichkeit sollte eine Selbstverständlichkeit sein: Das zeigt beispielsweise schon ein Grüßen am Morgen. In der Regel gibt der Vorgesetzte das Zeichen zum Handschlag und der Auszubildende reagiert darauf.

Zu den Kniggeregeln gehört die richtige Vorstellung ebenso wie die optimale Meldung am Telefon - mit Begrüßung, Firmennamen, Vor- und Nachnamen. Pünktlichkeit, etwa bei Besprechungen, gehört ebenso zu den Höflichkeitsregeln.

3. Vorbild sein

Wenn Ausbilder von den Auszubildenden gute Umgangsformen einfordern, sollten diese sich selbst entsprechend verhalten. Perfekt muss deswegen niemand sein. Wenn Fehler passieren, sollten diese allerdings zugegeben werden. Es ist wünschenswert, dass Ausbilder sich ihres Vorbildcharakters bewusst sind.

4. Miteinander reden

Es ist wichtig, den Auszubildenden klar zu kommunizieren, welche Wirkung ihr Verhalten hat und was gut oder nicht gut ankommt. Die persönliche Entwicklung der Auszubildenden kann nur dann gefördert werden, wenn ihnen Stärken wie Schwächen aufgezeigt werden.

Auszubildende müssen ein regelmäßiges Feedback erhalten. Dabei sollten Ausbilder auch um eine Rückmeldung vom Auszubildenden zur eigenen Betreuung bitten.

5. Vorbereiten

Eine ausführliche Einführung in alle Arbeitsabläufe sorgt für einen positiven ersten Eindruck. Aber auch sonst sollte am Arbeitsplatz alles vorhanden sein, damit der Auszubildende ordentlich arbeiten kann.

6. Sich selbst motivieren

Wenn Auszubildende nicht motiviert sind, hilft es oft, dass Ausbilder sich wieder selbst mehr motivieren. Das strahlt auch wieder auf den Azubi aus. Ausbilder sollten herausfinden, was sie selbst motiviert und sich auch den Nutzen der eigenen Ausbildertätigkeit bewusst machen. Die Ausbildungsexpertin rät: „Fragen Sie sich einfach selbst: Würde ich mich in dieser Situation als Auszubildender wohl fühlen?“ Wenn die Auszubildenden begeistert sind, werden diese gerne im Unternehmen bleiben und Positives weitererzählen. mehr

© deutsche-handwerks-zeitung.de 2015



business-netz.com

Das Portal für Manager, Fach- und Führungskräfte

Benutzer
Passwort
Registrieren
Passwort vergessen

"Hilfe, ein Azubi kommt!" Ein Interview mit Sabine Bleumortier

6. August 2019

Im Mai 2014 erschien das neue Buch *Hilfe, ein Azubi kommt! Was Azubibetreuer wissen müssen: Ein Wegweiser für Ausbildungsbeauftragte* der Ausbildungsexpertin Sabine Bleumortier. In diesem Interview verrät sie uns, warum sie dieses Buch geschrieben hat und worum es darin geht.



Business-Netz: Warum haben Sie ein Buch über das Thema Azubis geschrieben?

Sabine Bleumortier: Mit meinem Buch „Hilfe, ein Azubi kommt! Was Azubibetreuer wissen müssen“ möchte ich Ausbildungsbetriebe und insbesondere die Ausbildungsbeauftragten bei einer erfolgreichen Ausbildung unterstützen. Davon profitieren dann zudem die Auszubildenden. Im Moment wird etwa jedes vierte Ausstellungsverhältnis vorzeitig gelöst. Eine viel zu hohe Zahl. Und ein Hauptgrund für diese Vertragslösungen sind Probleme zwischen Auszubildenden und Ausbildern.

Die Ausbildung in den Betrieben und Betreuung durch die ausbildenden Fachkräfte ist aus meiner Sicht der entscheidende Faktor für eine hohe Ausbildungsqualität. Die Zusammenarbeit zwischen Azubi und Ausbildungsbeauftragten kann so bereichernd sein, dass beide davon profitieren. Leider passiert aber auch das Gegenteil, so dass es keinen Spaß macht und am Ende beide demotiviert sind. Dabei können wir mit einer optimalen Betreuung und Förderung des Nachwuchses so viel Gutes erreichen. Diese Funktion des Azubibetreuers ist eine sehr verantwortungsvolle und sollte einen hohen Stellenwert in den Ausbildungsbetrieben haben.

Als Trainerin, Beraterin und Rednerin rund um die Berufsausbildung halte ich Seminare sowohl für Ausbilder und ausbildende Fachkräfte als auch für Auszubildende. Daher kenne ich die Erwartungen, Wünsche und auch Sorgen der Auszubildenden wie der Ausbildungsbeauftragten sehr gut. Hier war es mir ein Anliegen, gerade, den ausbildenden Fachkräften etwas sehr Praxisnahes an die Hand zu geben. Mit Tipps, die schnell im Ausbildungsalltag angewendet werden können.

Business-Netz: Was ist eigentlich der Unterschied zwischen einem Ausbildungsverantwortlichen und einem Ausbildungsbeauftragten?

Sabine Bleumortier: Als Ausbildungsverantwortlichen bezeichnet man die Person im Ausbildungsbetrieb, die Auszubildende über die gesamte Ausbildungszeit betreut und den Durchlauf organisiert.

Ausbildungsbeauftragte sind die ausbildenden Fachkräfte, die neben ihrer beruflichen Tätigkeit in einer Fachabteilung (z.B. Buchhaltung, IT, Produktion, Verkauf,...) für einige Wochen einen Auszubildenden betreuen und diesem die relevanten Ausbildungsinhalte aus ihrem Bereich vermitteln. Die Aufgaben dieses Azubibetreuers gehen aber weit über das Fachliche hinaus: Förderung des Auszubildenden, Coachen, regelmäßige Feedbackgespräche – neben den fachlichen Kompetenzen ebenso zu den Sozialkompetenzen, Zusammenarbeit mit dem Ausbildungsverantwortlichen u.V.m.

Diese Begriffe werden allerdings nicht immer einheitlich genutzt und aufgrund unterschiedlicher Ausbildungsstrukturen in den Betrieben teilweise auch anders verwendet.

Business-Netz: Wo sehen Sie die Hauptprobleme in der betrieblichen Praxis?





Sabine Bleumortier: Viele Ausbildungsbeauftragte wissen gar nicht, dass sie so eine verantwortungsvolle Aufgabe haben und welche Tätigkeiten dazu gehören. Manche haben wenig Zeit und keine Unterstützung durch den Vorgesetzten, der meint, dass die Azubibetreuung so nebenbei läuft. Das tut sie aber nicht. Letztlich kommt jede Investition in den Auszubildenden der Firma wieder durch eine gut ausgebildete Fachkraft zu Gute. Leider ist diese Erkenntnis nicht bei allen vorhanden.

Ob bewusst oder nicht, viele bereiten sich nicht auf einen Azubieinsatz vor und beschäftigen sich zu wenig mit der jungen Generation. Oft entstehen Probleme aufgrund mangelnder Kommunikation und mangelnden gegenseitigen Verständnisses, welches ausgesprochen schnell ausgeräumt werden könnte.

Ich sage ja immer, dass sich manche auf einen Hund als neuen Mitbewohner besser vorbereiten, als auf einen Auszubildenden. Diese Analogie nutze ich auch im Buch. Dadurch wird vieles klarer und prägnanter – und lädt durchaus zum Schmunzeln ein.

Business-Netz: Adressieren Sie mit Ihrem Buch eher große oder eher kleine Unternehmen?

Sabine Bleumortier: Das Buch ist ganz bewusst für kleine wie große Unternehmen und zudem branchenübergreifend geschrieben. Alle Tipps, von der Funktion des Ausbildungsbeauftragten, über die Organisation der Praxiseinsätze, die Kommunikation mit Auszubildenden und Lehrmethoden, ebenso wie das Kapitel über die Motivation gelten für Mitarbeiter in Ausbildungsbetrieben jeder Größe.

Business-Netz: Kommunikation steht im Zentrum Ihres Buches – was ist diesbezüglich Ihr entscheidender Tipp?

Sabine Bleumortier: Reden Sie mit Ihren Auszubildenden! Und weniger über diese.

Wenn wir uns über einen Auszubildenden ärgern, der morgens nicht grüßt oder unpassend gekleidet ist, dann müssen wir ihm das sagen. Er kann nicht hellsehen. Ich auch nicht und die Leser sicher auch nicht. Daher ist das Ansprechen und regelmäßige Feedbackgeben (möglichst wöchentlich unter vier Augen) ganz wichtig. Auch Stärken dürfen nicht vergessen werden und wir sollten ausgiebig loben. Nur weil wir selbst vielleicht zu wenig gelobt werden, heißt das ja noch nicht, dass wir nun auch unseren Auszubildenden nicht loben müssen. Das Gegenteil ist der Fall. Die Anerkennung und auch das Wissen um die eigenen Stärken motiviert und stärkt ungemein.

Business-Netz: Wie sehen Sie die künftige Entwicklung in den Ausbildungsbetrieben?

Sabine Bleumortier: In Zeiten des „Fachkräftemangels“ gehört zu einem attraktiven Ausbildungsbetrieb eine hohe Ausbildungsqualität. Denn nur begeisterte Auszubildende erzählen gerne von ihrer Ausbildung und ein modernes Ausbildungsmarketing in Zeiten der neuen Medien kann nur auf ehrliche Art und Weise gelingen. Diese Ausbildungsqualität wird nur mit qualifizierten Ausbildungsbeauftragten erreicht. Hier auch schwächere Jugendliche – ebenso wie neue Zielgruppen (z.B. Mütter, ältere Auszubildende, Studienabbrecher usw.) gut auszubilden wird zudem eine der zukünftigen Herausforderungen in den Betrieben sein. Dabei muss der Stellenwert der betrieblichen Ausbildung in den Betrieben passen.

Business-Netz: Vielen Dank für das ausführliche Interview, Frau Bleumortier.



Zur Autorin:

Sabine Bleumortier ist Ausbildungsexpertin und arbeitet seit über sieben Jahren als selbständige Beraterin und Trainerin rund um das Thema Berufsausbildung. Neben Seminaren zur Ausbilderqualifizierung und Trainings für Auszubildende hält sie Vorträge und Keynotes. Zuvor war sie acht Jahre als Ausbildungsleiterin eines international agierenden Industrieunternehmens tätig.

Sie ist Dipl.-Ökonomin (Univ.), geprüfte Trainerin und Beraterin BaTB/BDVT, Professional Speaker GSA (SHB) und Autorin zahlreicher Publikationen.

Ihr Ratgeber: Hilfe, ein Azubi kommt! Was Azubibetreuer wissen müssen: Ein Wegweiser für Ausbildungsbeauftragte ist im Mai 2014 erschienen.



Autor: Business Netz Redaktion



Ausbildung

1.1, 1.2, 1.3 Grundbildung

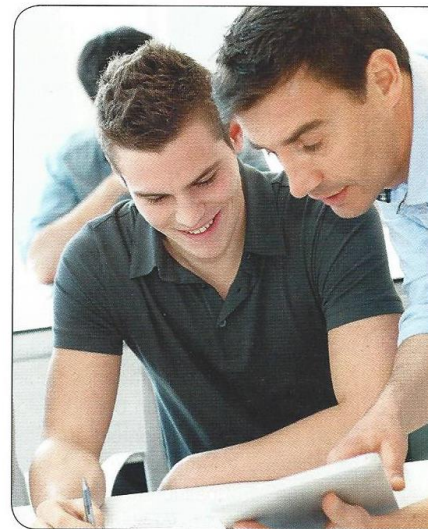


Wie Auszubildende ihre Ausbilder begeistern

Ausbildungsbetriebe sind mit den sozialen Kompetenzen der Schulabgänger unzufrieden. Insbesondere werden mangelnde Umgangsformen und unzureichende Leistungsbereitschaft beklagt. Dabei wissen Auszubildende oft gar nicht, was von ihnen erwartet wird und wie sie von Anfang an einen guten Eindruck im Unternehmen hinterlassen können. Gespräche zwischen Ausbildern und Azubis sind daher enorm wichtig. „Oft ärgern sich Ausbilder über ein bestimmtes Verhalten der Auszubildenden, sprechen dieses aber nicht an. Dann dürfen wir uns nicht wundern, wenn sich das Verhalten der Jugendlichen nicht ändert“, so die Ausbildungsexpertin Sabine Bleumortier.

Tipps, wie Sie Ihre Ausbilder begeistern können

- Notizen, die sich Auszubildende während Gesprächen oder Lerneinheiten mit ihrem Ausbilder machen, kommen immer gut an. Scheuen Sie sich nicht, stets Zettel und Stift dabei zu haben oder alternativ Notizen elektronisch auf einem Tablet einzutragen.
- Erste Fragen können Sie sich schon vor den Gesprächen überlegen. Es dürfen zudem immer Nachfragen, wenn etwas nicht verstanden wurde, gestellt werden. Dies zeugt von Interesse und Motivation für das Thema.
- Wenn Sie Ihre Aufgaben abgeschlossen haben, sollten Sie Ihrem Ausbilder Bescheid geben, nach weiteren Aufgaben fragen oder Kollegen Hilfe anbieten.
- Ein weiterer wichtiger Punkt ist das Thema Zuverlässigkeit. Termine müssen eingehalten werden, eine Krankmeldung rechtzeitig erfolgen und Ausbildungsnachweise ohne große Erinnerung wöchentlich abgegeben werden. Manchmal wissen Ausbilder gar nicht, wo sich ihr Auszubildender gerade befindet. Denken Sie daran, Bescheid zu geben, wo Sie hingehen – auch wenn eine Pause oder das Arbeitsende ansteht. Verantwortungsbewusstsein und Zuverlässigkeit freuen den Ausbilder und sparen ihm Zeit.
- Mit guten Umgangsformen kommt man gleich viel besser an. Freundlichkeit, Höflichkeit und ein gutes Auftreten vor Kunden, Vorgesetzten und Mitarbeitern helfen sehr. Dazu gehört das Grüßen am Morgen sowie tagsüber, das Türaufhalten, die eigene verständliche Vorstellung mit Namen und das Aussprechenlassen.
- Eine für den Beruf und das Unternehmen passende Kleidung vermeidet Konflikte. Bei Unsicherheiten können Sie beim Ausbilder nachfragen.
- Oft wünschen sich Auszubildende motivierte Ausbilder. Auf der anderen Seite ist auch der Ausbilder motivierter, wenn der Nachwuchs mit guter Laune in die Arbeit kommt. Dann läuft die Zusammenarbeit gleich viel entspannter.
- In den Feedback-Gesprächen wird auf Stärken wie Schwächen aufmerksam gemacht. Dies ist wichtig und dient der persönlichen Weiterentwicklung. Sie sollten in den Gesprächen offen für Anregungen sein, gut zuhören und nach Verhaltensbeispielen fragen. Anschließend sollte über Verbesserungsvorschläge nachgedacht und überlegt werden, wie diese umgesetzt werden können.



HALLO & TSCHÜSS

Die ersten Schritte im Berufsleben sind mit seltsamen Hürden verbunden. Die neuen Kollegen wollen begrüßt werden, vielleicht läuft auch noch der Vorstand über den Flur – wie verhält man sich dann eigentlich?

BEGRÜßEN ODER VORSTELLEN?

Nicht jedem Kollegen, der euch über den Weg läuft, müsst ihr euren Lebenslauf erlautern und eine Visitenkarte in die Hand drücken. „Ein kurzer Gruß ist aber selbstverständlich“, erklärt Sabine Bleumortier, die seit Jahren Ausbildungsbetriebe zum Thema Umgangsformen berät. „Eigentlich grüßt der rangniedrigere Mitarbeiter zuerst. Da man aber selten durch Rangabzeichen gekennzeichnet ist, grüßt derjenige, der zuerst Blickkontakt hat.“ Dies gilt auf dem Flur genau wie im Aufzug. „Wer immer grüßt, kann gar nichts falsch machen. Ignorieren oder wegzuschauen ist einfach unhöflich“, so die Expertin. Ein Ladies first gibt es offiziell nicht mehr. „Wenn Frau aber auf einen Gentleman alter Schule trifft, darf sie die Geste ruhig annehmen“, so die Expertin.

ZULETZT GESAGTES BLEIBT HÄNGEN

Beim ersten Tag in der neuen Abteilung übernimmt oft einer der Mitarbeiter das Bekanntmachen mit den neuen Kollegen, und zwar werden erst die Kollegen, dann der Neue vorgestellt. Bleumortier: „Wer sich selbstvorstellt, sollte zuerst eine Begrüßungsformel wie „Guten Tag“ sagen, dann Vor- und Nachnamen und abschließend seine Aufgaben in der Firma. Man braucht einige Sekunden, um sich an eine neue Stimme zu gewöhnen. Nach Begrüßung und Vornamen kann ich mir also den Nachnamen besser merken.“ In Deutschland gibt man sich zur Begrüßung die Hand, das Zeichen dazu gibt der Ranghöhere. „Der Handschlag darf nicht zu lasch sein, ich sollte die Hand meines Gegenübers aber auch nicht wie in einem Schraubstock einspannen“, erklärt Ulrich Kanders, Hauptgeschäftsführer des Essener Unternehmensverbandes. „Dazu gehören ein offener Blick und ein Lächeln, schon ist der Grundstein für eine angenehme Atmosphäre gelegt.“ Die linke Hand hat dabei nichts in der Hosentasche verloren und Männlein und Weiblein sollten sich zur Begrüßung erheben.

DAS DU

„Hi, ich bin der Micha.“ Gerade in jüngeren Unternehmen und in kreativen Branchen



Der erste Eindruck ist der wichtigste.
Dazu gehört eine richtige Begrüßung.

wird häufiger geduzt als in Banken oder bei Versicherungen. Trotzdem sollte man nachfragen, was üblich ist. „Wird sich in der Firma generell gesezt, kann es trotzdem sein, dass sich einzelne Kollegen untereinander duzen. Ich sollte als jüngerer beziehungsweise neuer Kollege nicht das Du anbieten, denn das ist das Vorrecht des Älteren oder Ranghöheren“, rät die Trainerin. Kanders warnt außerdem vor dem Du nach feuchtfröhlichen Firmenfeiern: „Nur wenn der Chef sich am nächsten Tag noch daran erinnert und selbst duzt, kann auch ich dabei bleiben.“

ACHTUNG, DER VORSTAND!

Ihr schlenkert nichts ahnend über den Flur und plötzlich taucht der oberste Boss auf. Sollte man die Chance nutzen und sich in der Führungsriege bekannt machen? „Hier ist Fingerspitzengefühl gefragt“, so Bleumortier. „Vorstände und Geschäftsführer haben viele Termine, sind vielleicht in Eile.“ Eine bessere Gelegenheit sind betriebliche Veranstaltungen. Hier kann eine kurze höfliche Vorstellung ein Einstieg ins Gespräch sein – trotzdem gilt: In der Kürze liegt die Würze.

UND TSCHÜSS!

Ist alles gesagt oder hat einer der Gesprächspartner einen Anschlusstermin, darf man sich höflich verabschieden. Oft hilft es, mit einer Zusammenfassung der wichtigsten Inhalte einen Ausstieg aus dem Gespräch zu finden. Kanders: „No-Gos sind ständiges Auf-die-Uhr-Schauen, drängendes Unterlagens-Zusammenpacken oder gar nervöses Fingertrommeln.“

ANDERE LÄNDER...

... andere Sitten. Welche Unterschiede es bei den Gepflogenheiten im Ausland gibt, weiß Ulrich Kanders vom Essener Unternehmensverband.

Skandinavien: „Besonders die Schweden gehen locker mit dem Du um. Das darf aber nicht dazu verleiten, den Gesprächspartner weniger ernst zu nehmen oder gleich privat zu werden. Gleiches gilt übrigens auch in Spanien.“

Englischsprachiger Raum: „Hier werden Geschäftspartner oft mit dem Vornamen angesprochen, was man aber nicht als falsches Signal der Vertrautheit werten darf.“

Asien: „Obwohl sich zunehmend der Handschlag einbürgert, sind leichte Verbeugungen durchaus üblich. Direkter Blickkontakt wird oft als unhöflich empfunden. Außerdem werden hier bei der Begrüßung häufig mit beiden Händen Visitenkarten überreicht. Diese sollte man der Höflichkeit halber intensiv studieren.“

Österreich: „Die Österreicher gelten als titelbegeistert und sprechen den Herrn Oberstudienrat und auch den Herrn Magister an. Über die akademischen Grade, sollte man sich, wenn möglich, vorab informieren. Übrigens werden auch in Deutschland Ehrentitel oder Mandate wie Ministerin oder Bürgermeister genannt. Ist der Ehepartner anwesend, werden diese Titel aber nicht übertragen.“

TEXT // BIRTE SCHWARZ
FOTO // COMPIE/PHOTOCASE.DE



„Ladys first“ ist Geschichte

Knigge-Trainerin Sabine Bleumortier ist zu Gast im Hofer Central-Kino. Im Rahmen des Frankenpost-Projektes „Berufskompass“ gibt sie Benimm-Tipps für Schüler und Azubis.

Von Theresa Schwarzenbach

Hof – Gerade Berufsanfänger fühlen sich im Betrieb oft unsicher. Wie sollen sie mit Kollegen umgehen? Gibt es bestimmte Verhaltensregeln oder Dinge, die man auf keinen Fall tun sollte? Sabine Bleumortier hat sich auf solche Fragen spezialisiert. Die ehemalige Ausbilderin gibt ihre Erfahrungen zum Thema Umgangsformen an Auszubildende, aber auch an Ausbilder weiter. Im Rahmen des Frankenpost-Projektes „Berufskompass“ war sie in Hof.

„Am wichtigsten ist das Auftreten eines Menschen“, betont die Trainerin. „Ist er freundlich und grüßt seine Arbeitskollegen?“ Mimik und Gestik

spielten eine zentrale Rolle. „Schon in den ersten 250 Millisekunden fällt ein erstes Urteil – sympathisch oder unsympathisch“, erklärt sie und rät dazu, mit offenen Augen durchs Leben zu gehen, vor allem in der Arbeit. „Helft eurem Gegenüber, haltet der Person hinter euch die Tür auf.“

Und wie grüßt man eigentlich richtig? Einen „Guten Morgen“ wünscht man bis neun Uhr, ein „Guten Tag“ sei immer passend; ein einfaches „Hallo“ hingegen sei zwar in den meisten Betrieben anerkannt, zähle jedoch nicht zu den offiziellen Begrüßungsformeln, weiß die Knigge-Expertin. Grundsätzlich gelte: „Der Rangniedrigere grüßt den Ranghöheren.“ Diese Regel gelte es auch

beim Handschlag zu beachten: Ein „Ladys first“ – also den Damen immer den Vortritt zu lassen – gebe es

nicht mehr; vielmehr sei der Geschäftsführer immer der Erste. „Wenn man den grüßt, dann sollte man einen festen Händedruck haben“, rät Sabine Bleumortier, denn der wirke zielstrebig und kompetent.

Doch was tun bei schwitzenden Händen? Ein Abwischen an der Hose



„Man sollte nicht zu viel Haut zeigen, das wirkt weniger kompetent“: Sabine Bleumortier.

Foto: tsch

komme gar nicht infrage. Als Trick empfiehlt sie, ein Tempotaschentuch in der Jackentasche zu drücken.

Ein wichtiger Punkt ihres Referats betrifft die Kleidungsfrage. Sabine Bleumortier fragt zunächst das Publikum, was gar nicht geht. Den Antworten „Jogginghosen“, „Flip-Flops“ und „Oberteile mit zu tiefen Ausschnitten“ fügt sie hinzu: „Man soll-

te nicht zu viel Haut zeigen, das wirkt weniger kompetent.“ Unterwäsche sollte ebenfalls nicht sichtbar sein – und das gelte keineswegs nur für die weiblichen Zuhörer: „Liebe Jungs, uns interessiert nicht, was ihr heute für eine Unterhose anhabt!“

Männer sollten im Berufsalltag auf kurze und dreiviertellige Hosen ganz verzichten. Frauen hingegen dürften diese durchaus tragen, allerdings mit Einschränkungen: „Genau wie beim Rock gilt dafür eine Länge bis zu einer Handbreite über dem Knie.“ Ein weiterer Tipp: „Schaut darauf, was die Kollegen und Vorgesetzten anhaben und richtet euch danach“, empfiehlt die Rednerin. „Schuhe mit fünf bis sieben Zentimeter hohen Absätzen sind erlaubt, alles andere ist zu hoch.“

Was viele Jugendliche nicht beherrschen würden, sei der richtige Umgang mit dem Mobiltelefon während der Arbeitszeit sowie die korrekte Schreibweise in Mails. „Eine E-Mail unterscheidet sich inhaltlich kaum von einem ordentlich verfassten Brief“, sagt sie und rät, den Empfänger erst zum Schluss einzutragen. So werde vermieden, dass dieser einen unfertigen oder falschen Text erhalte. Auch die Betreffzeile sollte nicht fehlen.

Von Auszubildenden lernen

Optimierung Feedbackgespräche und Fragebogen sind für Betriebe ideale Instrumente, um sich ein Bild von der Qualität der eigenen Ausbildung zu machen – und sie nachhaltig zu verbessern.

Frank Hohlstein, Ausbildungsleiter der AOK PLUS, schätzt es sehr, die Meinung der Auszubildenden zu erfahren: „Selbstverständlich möchten wir wissen, wie unsere Absolventen ihre Ausbildungszeit bei uns bewerten.“ In Ausbildungsgesprächen und im Interview zur Azubi-Übernahme wird ein Feedback durch die Auszubildenden ausdrücklich gewünscht – ganz gleich, ob es negativ oder positiv sein sollte. „Uns interessiert, wo wir stehen und was wir verbessern können“, schildert Hohlstein. Neuerdings setzt die AOK ein weiteres Instrument ein: Über einen Online-Fragebogen können die Auszubildenden nach ihren Praxiseinsätzen bewerten, wie sie betreut, ob die Fachinhalte verständlich erläutert wurden und ob sie sich wohlfühlt haben.

Wichtige Rückmeldung. Azubifragebogen, mit denen Auszubildende eine Rückmeldung an die Praxisabteilung geben, werden in Deutschland schon seit vielen Jahren eingesetzt. Die Trainerin und Ausbildungsexpertin Sabine Bleumortier empfiehlt das Instrument, weil es beiden Seiten etwas bringt: „Auszubildende müssen auch lernen, Feedback zu geben“, sagt sie. Für die Ausbildungsbeauftragten wiederum seien die Rückmeldungen wichtig, um sich zu verbessern. Am besten ist es ihrer Meinung nach, wenn die Befragung nicht anonym durchgeführt wird, sondern nach jedem Abteilungsbesuch eine persönliche Rückmeldung an die Praxisabteilung erfolgt.

Einziges Manko hierbei ist, dass viele sich vielleicht nicht trauen, ihre Meinung zu äußern. Doch das ist eine Frage der Unternehmenskultur. „Es dauert ein paar Monate, bis die Azubis mitmachen und sich Offenheit durchsetzt“, sagt Sabine Bleumortier. Sie hat noch einen weiteren Vorschlag, um für Akzeptanz zu sorgen: die Azubis zu bitten, gemeinsam mit der Fach- und der Personalabteilung den Fragebogen zu entwickeln.

» Mir gefällt, dass ich einen tiefen Einblick in die Herstellung von Backwaren bekomme. Unser Teamwork ist klasse, außerdem bekomme ich Verantwortung übertragen. Das finde ich gut. «

Lee Roy Pfeifer (19), angehender Fachverkäufer im Lebensmittelhandwerk (Schwerpunkt Backwaren) im 2. Lehrjahr aus Döbeln (Sachsen)

» Meine Ausbildung gefällt mir sehr gut. Umständlich ist es, wenn ich zur Berufsschule nach Leipzig muss: Dann bin ich von 4.30 Uhr bis 18.30 Uhr unterwegs. Da ist einfach zu viel. «

Jenny Schmidtke (22), angehende Fachverkäuferin im Lebensmittelhandwerk (Schwerpunkt Backwaren) im 3. Lehrjahr aus Döbeln (Sachsen)





DAS BISSCHEN AUSBILDUNG GEHT DOCH NEBENHER – 5 TIPPS FÜR AUSBILDER

[Home](#) » [Management](#) » [Personal](#) » Das bisschen Ausbildung geht doch nebenher – 5 Tipps für Ausbilder

FEB 19 2013 • [PERSONAL VIDEO](#) • [KEINE KOMMENTARE](#)



Empfehlen



Twittern



+1



Pinterest

Die studierte Diplom-Ökonomin (Univ.) Sabine Bleumortier ist selbständige Beraterin, Trainerin und Speakerin rund um das Thema Berufsausbildung. Ihre berufliche Laufbahn startete sie in der Primärmarktforschung eines Elektronikkonzerns. Anschließend war sie acht Jahre Ausbildungsleiterin in einem international agierenden Industrieunternehmen. Mittlerweile gibt die Ausbildungsexpertin ihr gesammeltes Wissen an Führungskräfte weiter, um die Ausbildungsqualität in Unternehmen und Betrieben zu verbessern.

„Das bisschen Ausbildung geht doch nebenher“, diesen Satz haben viele Ausbildungsbeauftragte schon von ihren Vorgesetzten gehört. Dabei stehen die Ausbilder heute vor großen Herausforderungen, wenn sie Auszubildende während der Praxisphase führen, ausbilden und fördern sollen. Diese reichen von der mangelnden Ausbildungsreife über die Doppelbelastung am Arbeitsplatz bis zur fehlenden Wertschätzung.

„Gerade Führungskräfte können ihre Mitarbeiter hier unterstützen. Sie sind ein wichtiger Faktor für die Ausbildungsqualität. Wenn ein Vorgesetzter sich nicht für die Ausbildung einsetzt und die Funktion des Ausbildungsbeauftragten bei seinen Mitarbeitern nicht anerkennt, wird sich der Mitarbeiter bei der Ausbildung schwer tun und letztlich spürt dies auch der Auszubildende“, so die Ausbildungsexpertin Sabine Bleumortier.



[Bild: Rainer Sturm / pixelio.de]

Zu diesem Thema bietet die Trainerin, Beraterin und Rednerin aktuell den anschaulichen und unterhaltsamen Vortrag „Das bisschen Ausbildung geht doch nebenher!“ mit vielen Impulsen für Führungskräfte an. Aus diesem Themenblock hat sie fünf Tipps für Führungskräfte in Ausbildungsbetrieben destilliert:

Fünf Tipps für Ausbilder

1. Als Ausbildungsbeauftragter ist nicht jeder Mitarbeiter geeignet. Vorgesetzte müssen sich vorab Gedanken darüber machen, wer geeignet ist, Wissen gut an Auszubildende weitergeben kann und Spaß an der Arbeit mit jungen Menschen hat.
2. Die zusätzliche Aufgabe des Mitarbeiters braucht Wertschätzung und Verständnis von der Führungskraft. Ausbilder freuen sich über Interesse an den Ausbildungsthemen und Lob für ihr Engagement.
3. Auch die Teilnahme an speziellen Weiterbildungsmaßnahmen für Ausbildungsbeauftragte sollten Führungskräfte fördern. Die dort erworbenen Kompetenzen erleichtern den Ausbildungsalltag.
4. Die Betreuung und Ausbildung eines Auszubildenden kostet Zeit. Diese zusätzliche Zeit muss dem Mitarbeiter neben seinen Aufgaben zugestanden werden.
5. Mit der Führung von Auszubildenden qualifiziert sich der Mitarbeiter auch für eventuelle weitere Führungsaufgaben. So kann diese Funktion zudem ein Schritt der Personalentwicklung sein und ist in den Jahresgesprächen zu dokumentieren.

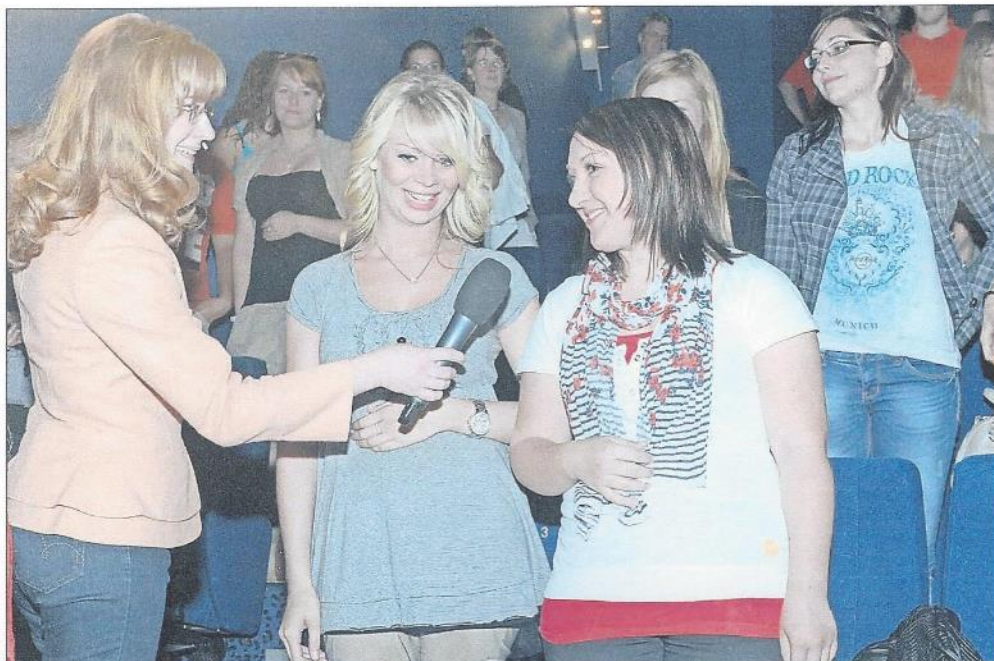
Wenn Führungskräfte diese Tipps beherzigen, wird der Stellenwert der Ausbildung im Betrieb und damit zusammenhängend auch die Motivation der Ausbildungsbeauftragten steigen. Das führt dann zu mehr Attraktivität als Ausbildungsbetrieb und größerem Ausbildungserfolg – ein wesentliches Moment des Employer Brandings. Gerade in Zeiten des Fachkräftemangels sollte dieser Effekt bedacht werden.

Weitere Tipps hat Sabine Bleumortier auch exklusiv für AGITANO in der zweiteiligen Reihe „10 Knigge-Tipps für Auszubildende“ zusammengefasst. Die beiden Beiträge finden Sie hier: [Link zu Teil 1](#) und [Link zu Teil 2](#).

Auf Seite 2 finden Sie einen kurzen Video-Ausschnitt aus der Keynote von Sabine Bleumortier „Von der Hunderziehung zum Azubiflüsterer – Wie Sie Ihren Auszubildenden erziehen“



Wer kleinschreibt, zahlt schlecht



Bei ihrem lockeren und praxisnahen Vortrag über Benimm-Regeln am Donnerstagabend im Central-Kino in Hof suchte die Referentin Sabine Bleumortier (links) immer wieder das Zwiegespräch mit ihren Zuhörern.
Foto: Werner Kube

Der Knigge-Vortrag auf Einladung der *Frankenpost* stößt auf großes Interesse. Eine Expertin klärt Azubis und Schüler darüber auf, wie man sich in der Firma vorbildlich verhält.

Von Roland Rischway

Hof – Ein Arbeitskollege muss niesen oder bekommt, schlimmstenfalls, einen kompletten Niesanfall. Wünsche ich ihm „Gesundheit!“, wie das seit Jahrzehnten Sitte ist oder war? „Nein, das ist nicht mehr üblich“, erfahren die jungen Leute aus dem Munde der adrett gekleideten, redewandten Dame, die ihnen in einem lockeren Vortrag nahe bringt,

wie man sich als Neuling in einem Unternehmen verhalten sollte, dass man Eindruck macht. Wenn man dem Niesenden aber doch „Gesundheit“ wünsche, was dann?, wirft ein Zuhörer ein. „Wenn das in einer Firma oder Familie so üblich ist, dann ist das auch kein Beinbruch“, antwortet die Referentin.

Zieht man die Umstände heran, unter denen der Vortrag „Knigge für Azubis und Praktikanten“ im Central-Kino in Hof stattfindet – draußen herrscht Badewetter mit 28 Grad Celsius und strahlendem Sonnenschein –, dann ist die Veranstaltung ein voller Erfolg. Etwa 100 Interessenten – in der Mehrheit Auszubildende, in der Minderheit Schüler, wie die Handzeichen im Saal verraten – lassen sich anderthalb Stunden lang darüber aufklären, wie man „mit modernen Umgangsformen zum Erfolg“ gelangt. Die Münchner Ausbildungsexpertin Sabine Bleumortier, die auf Einladung der *Frankenpost* im Rahmen der Zeitungsaktion „Berufskompass“ spricht, bringt ihrem Publikum die Benimm-Regeln locker, praxisnah, mit Unterstützung einer Powerpoint-Präsentation bei und sucht dabei immer wieder das Zwiegespräch mit den Zuhörern.

Was geht gar nicht im Betrieb? „Kaugummi kauen, Hände in den Taschen, nicht grüßen, bei den Damen Schuhabsätze, die höher als fünf Zentimeter sind, Miniröcke, die mehr als eine Handbreit über dem Knie enden, Hawaii-Hemden, Strandkleidung, Tennissocken, kurze Hosen bei den Männern“: So lauten einige der Grundregeln, die das Publikum im Laufe des Vortrags erfährt. In den zehn Knigge-Tipps, die die Referentin ausführlich erläutert an diesem Abend, geht es um Abschnitte wie „Wertschätzung, Grüßen, Handschlag, Vorstellung, Anrede und Kleidung“ und darum, wie man E-Mails

richtig verfasst und das Handy im Betrieb einsetzt: nämlich sparsam, so gut wie gar nicht.

„Schreiben Sie eine E-Mail wie einen Brief“, rät die Referentin, und zwar in vollständigen Sätzen.“ Und sie verrät, was unter erfahrenen Unternehmern ein offenes Geheimnis ist: „Geschäftspartner, die alles kleinschreiben – wie in einer SMS –, stehen für eine schlechte Zahlungsmoral.“

„Welche Prominenten würden Sie, wenn Sie Unternehmer wären, wegen ihres Verhaltens nicht einstellen?“, fragt die Referentin das Publikum. Da fallen Namen, die wir an dieser Stelle vornehm und gentlemanhaft



verschweigen. Bei der Gegenfrage, nach den vorbildlichen Prominenten, setzt sich das Vorbild-Trio aus Angela Merkel, Philipp Lahm und Steffi Graf zusammen. Wichtig zu wissen sei, so erfahren die jungen Leute weiter, dass es für den „ersten Eindruck keine zweite Chance“ gibt, dass man aufsteht, wenn einem der Geschäftsführer die Hand reicht, und dass sich ein Mensch bei einer Begegnung innerhalb von 250 Millisekunden ein Urteil über den Gegenüber bildet.

Birgit Döhne, Marketingleiterin der *Frankenpost*, weist auf das Anliegen der Zeitung hin, den jungen Menschen der Region mit solchen Aktionen und mit der Aktion „Berufskompass“ generell Orientierung beim Eintritt ins Berufsleben zu geben. Viele interessante Tipps enthalten auch das neue *Frankenpost*-Maga-

zin „Berufskompass“, das in diesen Tagen an Schulen, Arbeitsagentur und Firmen verteilt werde und das die Teilnehmer des „Knigge“-Vortrags exklusiv vorab erhalten.

„Auch ich habe einiges dazugelernt“, gesteht Birgit Döhne schmunzelnd bei ihren Dankesworten an die Referentin. Dazu habe der „Tipp mit der Treppe“ gehört. Und der besagt: Führt ein Mitarbeiter einen Kunden ins Firmengebäude, geht treppauf grundsätzlich der Kunde voraus – „damit dieser, falls er fällt, vom Gastgeber aufgefangen werden kann“. Geht’s aber die Treppe nach unten, lässt der Kunde dem Gastgeber den Vortritt. Wie das Fall-beziehungsweise Sturz-Beispiel in der Praxis aussähe, falls der Kunde dreimal so schwer ist wie eine, mit Verlaub, fliegengewichtige Auszubildende als Begleiterin – das steht auf einem anderen Blatt. Beim Knigge-Vortrag sorgte dieser – logische wie praxisnahe – Einwand immerhin tüchtig für Heiterkeit.

Autorin, Trainerin

Sabine Bleumortier war acht Jahre als Ausbildungsleiterin bei einem weltweit tätigen Unternehmen beschäftigt. Sie arbeitet heute selbstständig als Beraterin und Trainerin rund um das Thema Berufsausbildung, hält Seminare und Vorträge in ganz Deutschland. Zu den Kunden der studierten Diplom-Ökonomin gehören Mittelständler wie Großunternehmen. Sabine Bleumortier schreibt regelmäßig Fachartikel und ist Autorin des Fachbuches „Ausbildungsbeauftragte gewinnen, qualifizieren und motivieren“. Weitere Informationen im Internet unter www.erfolgreich-ausbilden.de



aktuell

INTERVIEW

Jahrgangsbeste der GSA-University geehrt

Foto: GSA University



Sabine Bleumortier,
Jahrgangsbeste
beim 1. Zertifikats-
lehrgang „Profes-
sional Speaker
GSA“.

Wegen ihrer lebendigen Keynote „Von der Hundeerziehung zum Azubiflüsterer – Wie Sie Ihren Auszubildenden erziehen“ und wegen ihres praxisnahen Business-Plans wurde die Münchner Trainerin Sabine Bleumortier zur Jahrgangsbesten beim ersten Zertifikatslehrgang zum „Professional Speaker GSA“ ernannt.

Bleumortier ist spezialisiert auf Seminare für Azubis und Ausbildungsbeauftragte in Unternehmen. Sie berät und trainiert beide Seiten und war lange Zeit selbst Ausbildungsleiterin bei einem großen Elektronik-konzern. Diese Fortbildung zum Redner wird ab sofort jährlich von der German Speakers Association GSA (www.gsa-university.org) und der Steinbeis-Hochschule Berlin (SHB) durchgeführt. Die Teilnehmer durchlaufen ein Jahr lang insgesamt 26 Module zu den Kernkompetenzen eines Speakers, die sich unter den Überschriften „Sales & Marketing“ sowie „Presenting & Performing“ zusammenfassen lassen. Zielgruppe des Lehrgangs, der für 2012 schon ausgebucht ist, sind überwiegend Trainer, die sich das Speaker-Business als zusätzliches Standbein erschließen wollen.

Sie haben schon als professionelle Trainerin gearbeitet, als Sie sich zum Zertifikatslehr-

gang „Professional Speaking“ anmeldeten. Fiel es Ihnen schwer, in die Rolle einer „Schülerin“ zu schlüpfen?

Sabine Bleumortier: Nein, überhaupt nicht. Immer wieder Neues zu lernen, gehört ja zum erfolgreichen Berufsleben dazu. Und mein Expertenwissen spielte hier keine Rolle. Es ging ja darum, als Referent Vorträge in Unternehmen zu halten und dieses Business erfolgreich aufzuziehen. Natürlich waren wir Schüler, aber der Umgang mit den Dozenten war sehr offen. Alle Referenten hatten eine enorme Expertise und haben sehr interessant aus dem Nähkästchen geplaudert und von Situationen erzählt, in denen mal etwas schief lief. Und dann verraten, wie sie erfolgreich damit umgegangen sind.

Gab es für Sie ein besonderes Highlight während des Lehrgangs?

Bleumortier: Ich hatte während des ganzen Lehrgangs immer wieder Aha-Erlebnisse. Für mich war das Thema Metaphern in Vorträgen und Trainings ein besonderes Schlüsselerslebnis. Die Inhalte bleiben so einfach besser beim Zuhörer hängen. Und so ist mir die Analogie zur Hundeerziehung eingefallen, denn Ausbildung ist definitiv auch Erziehungsauftrag.

Was hat sich für Sie seit dem Abschluss Ihres Lehrgangs verändert?

Bleumortier: Endlich habe ich mein erstes Video ... Nein, Spaß beiseite: Der erfolgreiche Abschluss und das positive Feedback der Prüfungskommission hat mich sehr bestärkt. Den Abschluss habe ich wie viele andere Teilnehmer auch neben dem „normalen“ Trainings- und Beratungsgeschäft gemacht. Und das läuft auch weiterhin sehr gut. Deswegen will ich auch nicht von heute auf morgen ins Speaking wechseln. Neben Beratung und Training rund um die Berufsausbildung wird es die dritte Säule mit Vorträgen geben. Mein Ziel für 2012 ist ganz klar: Erste Aufträge als Speakerin zu bekommen, um so noch mehr und effektiver an einer Steigerung der Ausbildungsqualität in Betrieben mitzuarbeiten.

Auf Ihrer Homepage www.bleumortier.de ist ein Video zu sehen, das einen Ausschnitt aus Ihrer Keynote „Von der Hundeerziehung zum Azubiflüsterer – Wie Sie Ihren Auszubildenden erziehen“ zeigt. Gibt es in der Praxis wirklich diese Parallele?

Bleumortier: Da gibt es erstaunlich viele Parallelen. Beim Hund beginnt die Erziehung am ersten Tag. Sobald der Welp in die Wohnung oder das Haus kommt, starten Sie. Sie bringen ihm bei, wo sein Schlafplatz ist, wo er Futter bekommt und vieles mehr. So sollte es beim Azubi auch sein, natürlich im übertragenen Sinne. Ausbildungsbeauftragte müssen sich schon vor dem Praxiseinsatz informieren: Welche Aufgaben müssen vermittelt werden, wo können Auszubildende unterstützen? An welchen Arbeitsplatz kann er oder sie sich setzen? Müssen noch Schlüssel für das Büro, ein Computer oder für die Werkstatt ein Werkzeugkasten organisiert werden? Ebenfalls am ersten Tag sollte ein ausführliches Einführungsgespräch mit dem Neuen geführt werden. Welche Abteilungen hat der Auszubildende schon kennengelernt? Was waren die bisherigen Highlights oder Lowlights in der Ausbildung? Hier beginnt die Arbeit am Aufbau der Vertrauensbasis. Oder das Loben: Sicher loben Sie Ihren Hund, wenn er etwas richtig gemacht hat.

Interview: Martin Pichler ●





Ausbildung

Erster Ausbildungstag: Vorstellen und Fragen stellen

München (dpa/tmn) - Auszubildende sollten sich an ihrem ersten Ausbildungstag bei den Vorgesetzten vorstellen. Auch bei den neuen Kollegen macht das einen guten Eindruck.

«'Mein Name ist Susi Müller. Ich habe hier heute meinen ersten Ausbildungstag für die Ausbildung zur Bürokauffrau.' Damit ist man gut beraten», erklärt Ausbildungsexpertin Sabine Bleumortier aus München. Normalerweise würden die Auszubildenden dann auch den Kollegen vorgestellt. Sollte dies nicht gemacht werden, sollte der Auszubildende selbst die Initiative ergreifen und sich bei Kollegen vorstellen.

Außerdem ist Nachfragen nicht nur erlaubt, sondern sogar erwünscht. «Besser ist, wenn ein Azubi einmal zu viel fragt, als einmal zu wenig, und es läuft dann etwas schief», sagt die Expertin. Außerdem zeigen Fragen das Interesse am neuen Job. Wenn Auszubildende das Gefühl hätten, sie stellen zu viele Fragen, dann erst einmal überlegen, ob die Frage wirklich notwendig ist oder Fragen aufschreiben und später ansprechen.

Quelle: dpa

Adresse:

<http://www.n-tv.de/ticker/Beruf/Erster-Ausbildungstag-Vorstellen-und-Fragen-stellen-article3729381.html>





24 | ratgeber

Wie bringe ich es ihm oder ihr am besten bei? Diese Frage stellt sich Ausbilder, die ihren Auszubildenden Neues beibringen möchten. Die Antwort liegt in pädagogisch-didaktischer Weiterbildung und den richtigen Lehrmethoden. Expertin Sabine Bleumortier gibt Tipps, wie Ausbilder erfolgreich arbeiten.

WISSEN MUSS ANKOMMEN

Wissen, genaues Arbeiten, Pünktlichkeit – betriebliche Ausbilder müssen ihre Auszubildenden fit für das Berufsleben machen. Nicht nur mit Fachwissen, sondern auch durch Erziehung. Damit erfüllen sie eine verantwortungsvolle Aufgabe. Schließlich haben sie Einfluss auf die persönliche und berufliche Zukunft der Jugendlichen.

„Für eine erfolgreiche Ausbildung ist die Ausbildungsqualität in den einzelnen Abteilungen entscheidend. Es ist enorm wichtig, nicht nur die Auszubildenden zu schulen, sondern auch die Ausbilder“, sagt die selbstständige Ausbildungsberaterin Sabine Bleumortier aus München. Die langjährige Ausbilderin trainiert und berät heute Ausbilder und Auszubildende. Sie rät Ausbildern, über folgende Punkte Bescheid zu wissen:

▣ **Umgang mit Jugendlichen:** Wenn Ausbilder wissen, in welcher entwicklungspsychologischen und sozialen Entwicklungsphase sich der jeweilige Auszubil-

dende gerade befindet, fällt es leichter dessen Verhalten und Lernfortschritt einzuschätzen.

▣ **Rolle des Ausbilders:** Geklärt muss im Betrieb sein, welche Aufgaben die Ausbilder konkret erfüllen müssen, für welche Lerngebiete sie verantwortlich sind und welche Erwartungen sie erfüllen müssen. Oft sind sich die einzelnen Ausbilder darüber nicht im Klaren.

▣ **Rechtliche Vorgaben:** Um Unsicherheit zu vermeiden, müssen Ausbilder wissen, welche Rechte und Pflichten sie und auf der anderen Seite die Auszubildenden, haben.

▣ **Vorbereitung auf den Jugendlichen:** Für den erfolgreichen Abteilungseinsatz müssen sich die Ausbilder auf den ersten Tag und auf das, was sie vermitteln wollen, vorbereiten. Um hier den Überblick zu behalten, helfen zum Beispiel Checklisten.

▣ **Feedback und Beurteilung:** Dem Auszubildenden klar zu sagen, wie man seine

Arbeit einschätzt, ist für viele Ausbilder nicht leicht. Trotzdem sind gerade ehrliche Kritik oder Lob Chancen für den Jugendlichen, die ihn persönlich weiterbringen können. Solches Feedback soll während der Ausbildungszeit und am Ende im Beurteilungsgespräch stattfinden. Ausbilder müssen wissen, wie man objektiv beurteilt, um Beurteilungsfehler zu vermeiden. Dazu gehört auch zu wissen, wie man auch schwierige Gespräche führt.

▣ **Wege zum Wissen:** Jeder Ausbilder braucht einen „Handwerkskoffer“. Darin müssen alle Lehrmethoden stecken. Diese nutzt der Ausbilder, um dem Auszubildenden beizubringen, selbstständig zu arbeiten.

Eine gute Ausbildung hilft Ausbildern souverän und ohne viele Umwege den Azubis das beizubringen, was sie für ihren Beruf brauchen. Dazu gibt es sowohl Einsteigerseminare für neue Ausbilder als auch die zur Auffrischung für die erfahrenen.

Trainerin
Sabine
Bleumortier
weiß,
worauf es
ankommt.



Living - 17.11.2009 - 12:59 Uhr

10 TIPPS

Der kleine Knigge für Azubis



Foto: Thorsten Freyer / pixelio.de

Immer mehr **Ausbildungsbetriebe** beklagen mangelnde Umgangsformen. Dabei dürfen eine gepflegte Erscheinung und gute Umgangsformen gerade beim Berufseinstieg nicht unterschätzt werden.

Viele Azubis bringen hier wenige Vorkenntnisse mit. Die Konsequenz: Missverständnisse mit Kollegen, Vorgesetzten oder Kunden. Um euch den Tritt ins Fettnäpfchen zu ersparen präsentieren wir euch 10 Knigge Tipps für gute Umgangsformen. Die **erfahrene Expertin und ehemalige Ausbildungsleiterin Sabine Bleumortier** hat die Tipps mal in einem kompakten Ausbildungs-Ratgeber zusammengestellt.

„Aus meiner langjährigen Tätigkeit als Ausbildungsleiterin weiß ich wie schnell Auszubildende in ein Fettnäpfchen treten können. Oft ist ihnen dies gar nicht bewusst“, erklärt Bleumortier.

Tipp: Habt ihr's drauf? Beim Ausbildungsportal azubister.de gibt's auch einen **Knigge-Test für Azubis**.

Artikel URL: <http://www.express.de/ratgeber/living/der-kleine-knigge-fuer-azubis/-/2484/1106252/-/index.html>

Copyright 2011 EXPRESS. Alle Rechte vorbehalten.

Wer begrüßt wen zuerst?

15 FMG-Azubis absolvieren Knigge-Seminar

Wer gute Manieren hat, zeigt sich beim Umgang mit der Kartoffel. Muss die Knolle mit dem Messer zerteilt werden oder darf sie mit der Gabel zerdrückt werden? 15 Auszubildende der Flughafen München GmbH absolvierten jetzt ein Seminar zum Thema „Umgangsformen“, das als Pilotprojekt von Sophia Oberbauer, Leiterin der kaufmännischen Ausbildung, ins Leben gerufen wurde. Denn gerade beim Berufseinstieg sind gepflegte Erscheinung und gute Umgangsformen wichtig.

„Die Unsicherheit ist groß“, stellt Sophia Oberbauer bei ihren Azubis fest, „wenn es etwa um Kleiderordnung oder den Umgang mit Vorgesetzten

geht.“ Diese Erfahrung machte auch Sabine Runge (18) aus Otobrunn, Bürokauffrau-Azubi im ersten Lehrjahr. „Als die Einladung zum Seminar kam, dachten wir allerdings, wir hätten was falsch gemacht“, erinnert sich die 18-jährige. Doch der positive Eindruck, den Trainerin Sabine Bleumortier, jahrelang in leitender Stellung in einem Weltunternehmen tätig, bei den Jugendlichen machte, zerstreute alle Bedenken.

Damen bitte aufstehen!

Gleich zum Thema „Begrüßung“ erfuhren die Azubis Neues. Im Geschäftsleben wird etwa der Ranghöhere stets zuerst begrüßt – und nicht die Da-

men. Auch sollten sich Frauen, wenn sie sitzen und jemand reicht ihnen die Hand, ganz erheben und dabei den Blazer zuknöpfen – der Emanzipation sei's gedankt. Und generell gilt: Händeschütteln nicht wörtlich nehmen, ein kurzer Druck genügt – wenn der Vorgesetzte zuerst die Hand anbietet.

Ein Minenfeld kann auch das lockere Gespräch untereinander sein. „Beim Smalltalk sind oberflächliche Themen gefragt“, weiß Sabine Runge, „keinesfalls politische oder ähnliches.“ Die Unterhaltung zum Wetter passt beispielsweise immer. Dabei sollte die Distanzzone stets gewahrt bleiben: Alles unter 50 Zentimeter wird als unhöflich oder gar bedrohlich empfunden. Bei der Kleiderordnung gilt für die jungen Herren, das Jackett erst dann ausziehen, wenn es der Chef zuerst macht – auch wenn es sommerlich heiß ist. Und die jungen Damen sollten nie, wenn sie einen (knielangen) Rock tragen, nackte Haut zeigen: Strümpfe sind Pflicht.

Fazit von Sabine Runge: „Ich habe viel dazugelernt und profitiert.“ Vom Erfolg des Seminars ist auch Oberbauer überzeugt: „Wir werden das Training sicher wieder durchführen, schließlich sind unsere Azubis auch Multiplikatoren.“ Die Kartoffel übrigens, darf geschnitten oder zerdrückt werden, denn die Messer im 21. Jahrhundert laufen nicht mehr an. . .

cfr



Wer hält wem die Tür auf? Eine von vielen Fragen, die bei einem Benimm-Seminar geklärt werden. (Foto: bhe)

Interview mit Sabine Bleumortier (Auszug)

Welche Dienstleistung bieten Sie genau an?

Zu allen Themen rund um die Berufsausbildung berate ich Ausbildungsbetriebe. Das geht vom Ausbildungsmarketing über die Auswahl, Planung und Durchführung der Ausbildung bis zum Ende der Berufsausbildung. Dann führe ich Trainings für Ausbilder wie ausbildende Fachkräfte (Ausbilderqualifizierung) und Trainings für Auszubildende (Umgangsformen, Telefonieren, Präsentieren) durch. Und ich halte Vorträge und Keynotes zur Generation Z und Themen der betrieblichen Ausbildung auf Mitarbeiterveranstaltungen oder Kongressen. Es gibt auch viele digitale Angebote wie Online-Inhouse-Trainings, Live-Tagestrainings und Webinare für Ausbilder.

Gibt es besondere Zusatzangebote oder einen Zusatznutzen?

Klar. Alle 1-2 Monate erscheint ein Newsletter speziell für Ausbilder. Dieser ist kostenlos. Ebenso gibt es ein E-Book mit für den Ausbildungsalltag, Ausbildertipps auf YouTube, den Podcast AUSBILDUNG TO GO und meinem Blog. Zudem veranstalte ich regelmäßig einen Online-Event für Ausbilder. Hier können sich Ausbilder branchenübergreifend austauschen.

Auch das Thema der Nachhaltigkeit ist mir sehr wichtig. Zur besseren Umsetzung des im Seminar Gelernten biete ich z.B. bei einigen Azubitrainings Onlinequizzes an, für Azubibetreuer gibt es Videoimpulse. Eine individuelle Onlinebegleitung der Trainings ist ebenso möglich.

Wie helfen Sie den Ausbildungsbetrieben konkret?

Je nach Kunde ist das ganz verschieden. Manchmal führe ich zuerst eine Analyse der Berufsausbildung, eine Art Standortbestimmung, durch. Und anschließend ergibt sich daraus weiterer Beratungs- oder Trainingsbedarf. Manche Kunden rufen auch an und wissen genau, welches Training oder welchen Vortrag sie buchen möchten. Den firmenspezifischen Bedarf klären wir noch ab.

Was ist das Einzigartige an Ihrem Unternehmen?

In vielen Unternehmen konnte ich mir einen Namen als Ausbildungsexpertin machen. Das wird auch durch meine Pressearbeit und Tätigkeit als Autorin unterstützt. Meine langjährige Erfahrung als Ausbildungsleiterin führt dazu, dass ich mich in die Denke und Sprache der Personaler gut hineinversetzen kann. Qualität mit einem sehr hohen Praxisbezug - ich arbeite gerne mit Checklisten, individuelle Trainings auf den Kunden bezogen und gegenseitige Wertschätzung sind mir wichtig.

Inwieweit leisten Sie auch einen Gesellschaftsbeitrag mit Ihrer Arbeit?

Meinen Gesellschaftsbeitrag sehe ich darin, den Stellenwert der Berufsausbildung in den Betrieben zu erhöhen. Insbesondere liegt mir daran, zu vermitteln, dass eine hohe Ausbildungsqualität nur dann erreicht werden kann, wenn Auszubildende und Ausbilder gut ausgebildet sind. Für Auszubildende wird schon viel angeboten, aber an die Qualifizierung der Ausbildungsbeauftragten manchmal noch recht gespart.

Ausführliches Interview auf www.bleumortier.de

Ehrenamtliches Engagement... Einige Beispiele

Mentorin im GABAL-Mentorenprogramm

Im GABAL-Mentorenprogramm habe ich bereits zwei Mentees für je ein Jahr auf Ihrem Weg begleitet.

Vorbild-Unternehmerin „FRAUEN unternehmen“

Initiative des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie mit dem Ziel durch positive Rollenvorbilder mehr Gründergeist bei Frauen und Mädchen zu wecken



Mentorin bei TWIN 2018

Im TWIN-Projekt der Käthe-Ahlmann-Stiftung (durchgeführt in Zusammenarbeit mit dem Verband deutscher Unternehmerinnen) begleiten erfahrene Unternehmerinnen Jungunternehmerinnen beim Aufbau und Ausbau ihrer bereits gegründeten Unternehmen. Hier unterstütze ich ein Jahr lang eine Mentee als Mentorin.

Zukunftssponsorin Abo brand eins



GSA Schultag 2014

Nr. 40 Mittwoch, 1. Oktober 2014 Tel. (089) 14 98 15 - 820
STELLENMARKT HALLO münchen 23

Adolf-Kolping Berufsschule München

„Qualifizieren statt Jammern“

MILBERTSHOFEN „Viele Schulabgänger sind nicht ausbildungsreif“, klagen Arbeitgeber über die mangelnde Qualifikation und Motivation der Bewerber. Genau an diesem Punkt greift die Klasse des Berufsvorbereitungsjahres (BVJ) der Adolf-Kolping Berufsschule mit einem neuen Konzept in diesem Schuljahr an. Das „BVJ GH 1 Erfolgskonzept“ vermittelt den Schülern neben allgemein schulischen Grundlagen das Wissen, wie man sich Ziele setzt, dabei am Ball bleibt und diese auch verwirklicht. Für diese Schüler ist das Hauptziel einen Ausbildungsplatz in der Gastronomie zu finden. Ein Baustein des Qualifizierungskonzeptes ist der Vortrag „Erfolgreich mit guten Umgangsformen für das Praktikum, das Vorstellungsgespräch & die Ausbildung“ von Sabine Bleumortier. Die German Speakers Association (GSA) hat eine besondere Veranstaltung für Schüler und Schulen ins Leben gerufen. Bei „Redner machen Schule“ sprechen professionelle Speaker, Trainer und Coaches dieses Jahr im Rahmen des Deutschen Weiterbildungstages ehrenamtlich an Schulen, um ihr Wissen und Erfahrungen mit den Schülerinnen und Schülern zu teilen. Bei den GSA handelt es sich um den Berufsverband der professionellen Speaker und Trainer in Deutschland, der Schweiz und Österreich. Die GSA arbeitet eng mit dem Deutschen Weiterbildungstag 2014 zusammen. Dabei entstand diese ehrenamtliche Initiative.

Außergewöhnliche Rednerin
Diesmal macht eine außergewöhnliche Rednerin mit: Sabine Bleumortier. Sie ist Ausbildungsexpertin und arbeitet seit 2007 als selbständige Trainerin, Beraterin und Referentin rund um das Thema Berufsausbildung. Bleumortier weiß aus langjähriger Erfahrung als Ausbildungsleiterin eines international agierenden Industrieunternehmens sehr genau, welche Anforderungen die (Ausbildungsbetriebe haben und trainiert diese zielgerichtet mit Jugendlichen. Sie vermittelt praxisnah und in lockerer Form gute Umgangsformen, Rhetorik, Präsentation und wirkungsvolle Kommunikation. Dabei übt sie mit den Schülerinnen „Selbst-Marketing“ und bearbeitet Fragestellungen wie „Wie rücke ich meine Leistungen ins richtige Licht?“ So hat Bleumortier es bereits geschafft, Auszubildende sowie Recruiting-Teams von renommierten Firmen wie adidas AG und Deutsche Post AG auf das Berufsleben vorzubereiten und Ihnen eine optimale Ausbildung zu gewährleisten. Im Rahmen des Deutschen Weiterbildungstages 2014 hält sie nun am 17. Oktober den Vortrag „Erfolgreich mit guten Umgangsformen für das Praktikum, das Vorstellungsgespräch & die Ausbildung“ an der Adolf-Kolping Berufsschule in München. Das ist sicher eine wertvolle Erfahrung und langanhaltende Bereicherung für die Schülerinnen und Schüler der Adolf-Kolping Berufsschule München.



Greift Schülern unter die Arme! Sabine Bleumortier ist Ausbildungsexpertin und arbeitet seit 2007 als selbständige Trainerin, Beraterin und Referentin.
Foto: oh

Kinder Business Week 2014

Steckbrief



Geburtsjahr: 1971
Sternzeichen: Fische
Meine liebste Freizeitbeschäftigung: Mein Beruf (wirklich!), Krimifestival in München, meinen kleinen Garten gestalten und genießen, Lesen (natürlich Krimis), Musik aus den 70er und 80ern
Lieblingssessen: Schweinebraten mit Knödel (von meiner Mama)
Lieblingskinderbuch: Da habe ich so viel gelesen, dass mir im Moment wirklich kein Lieblingsbuch einfällt
Lieblingskinderfilm/-serie: Pumuckl und Pippi Langstrumpf
Lieblingfarbe: marineblau
Lieblingstier: Hunde
In der Schule war ich: Gut
Erfolgsrezept bzw. Leitspruch: Ohne Fleiß, kein Preis
Träume nicht Dein Leben, lebe Deinen Traum
Kinder sind für mich: unsere Zukunft
Was wünsche ich mir für die Zukunft: Mehr Wertschätzung untereinander, im beruflichen Bereich genauso wie in der Arbeit. Verständnis aller Generationen füreinander (Alt lernt von Jung und Jung lernt von Alt)

VORTRAG 

SABINE BLEUMORTIER®
ERFOLGREICH AUSBILDEN
Beratung - Trainings - Vorträge

30. Okt., 13:45-15:15

Reden – auf kleiner und großer Bühne mit: Sabine Bleumortier, Ausbildungsexpertin

In deiner Schule wirst du von Lehrern unterrichtet. Aber wie ist das, wenn du mit der Schule fertig bist? Wer bildet Mitarbeiter, Studenten, Auszubildende und Führungskräfte weiter? Das machen Trainer.

Im interaktiven Vortrag erfährst du, wie das Leben einer selbständigen Trainerin, Rednerin und Beraterin aussieht, was man dazu braucht und wie viel Spaß es macht, anderen Menschen etwas beizubringen und dabei seine eigene Chefin zu sein.

Auf alle Fälle ist es wichtig, etwas zu sagen zu haben. Hast du etwas zu sagen? Wir werden es sehen ...



Altersempfehlung: 11 - 14 Jahre

KINDER BUSINESS WEEK MÜNCHEN 2014 30. OKTOBER



Daten und Fakten zu Sabine Bleumortier® – ERFOLGREICH AUSBILDEN

Name:	Sabine Bleumortier® - ERFOLGREICH AUSBILDEN
Gründung:	Mai 2007
Firmensitz:	München
Unternehmensform:	Freiberuflerin, Einzelunternehmen
Dienstleistung:	Beratung, Training und Vorträge rund um die Berufsausbildung (vor Ort oder online) ... Beratung für Ausbildungsbetriebe ... Trainings für Auszubildende (Umgangsformen, Telefonieren, Präsentieren) ... Trainings für Ausbilder / ausbildende Fachkräfte (Ausbilderqualifizierung) ... Vorträge, Keynotes
Zielgruppe:	Ausbildungsbetriebe in Deutschland (Ausbildungsleiter, -referenten, Ausbilder, Personalleiter, Weiterbildungsverantwortliche, Geschäftsführer)
Nutzen:	... Sicherung der Unternehmenszukunft ... Erhöhung der Attraktivität als Ausbildungsbetrieb ... Steigerung der Ausbildungsqualität im Betrieb ... Erhöhung der Motivation von Ausbilder und Auszubildenden ... Senkung der Ausbildungsabbrüche ... Aufwertung des Stellenwerts der Berufsausbildung im Unternehmen
Verbreitung:	deutschlandweite Tätigkeit
Internetanschrift:	www.bleumortier.de
Wettbewerbe:	... Trainerpreis des BaTB 2004 in der Kategorie Personal-Management ... 2. Preis MediaAward 2009 in der Kategorie Kommunikationskonzept
Kunden:	Schwerpunkt im Mittelstand und kleinere Großunternehmen

Kontaktdaten:

Sabine Bleumortier® - ERFOLGREICH AUSBILDEN
Fritz-Baer-Str. 42
D-81476 München
Tel. 089/76 703 103
Mail: info@bleumortier.de



Seite1 unten links:	Bnw_Reinhard Rosendahl
Seite 3:	© privat © privat © beerfan – Fotolia.com
Seite 4:	© goodluz – Fotolia.com © privat
Seite 5:	© EYESITE – Fotolia.com © vencav – Fotolia.com © cpthowdy – Fotolia.com
Seite 6:	© Ingrid Walter – Fotolia.com Gabriele Ehlers
Seite 9:	ZDK Bonn Kathrin-Anja Eichinger www.festimbild.de Landkreis Osnabrück; O. Parton und J. Teckert
Seite 10:	Bild unten rechts: Gabriele Ehlers
Letzte Seite unten links:	Kathrin-Anja Eichinger www.festimbild.de
Alle anderen Bilder:	Sabine Bleumortier

Soweit nichts anderes angegeben ist, wurden die Bildquellen in der Reihenfolge des Erscheinens auf der jeweiligen Seiten angegeben.

Hinweis: Ich habe mich entschieden Titel von Vorträgen zu gendern. In allen Texten verwende ich die männliche Form. Dies ist rein der leichten Lesbarkeit geschuldet. Es sind immer Personen aller Geschlechter gemeint.

Stand: August 2024

Schritte zum
Ausbildungs-
erfolg ...

Ausbildungsbegeisterung (er)leben

