

Fachkräftemangel im Reifenhandwerk

## BRV-Kampagne wirbt für mehr Ausbildung

**K**lappern gehört zum Handwerk – diese Einsicht ist weder neu noch originell, aber auch für das Kfz-Gewerbe und hier speziell für den Reifenfachhandel zutreffend. Die Branche hat es, auch das ist längst bekannt, mit ihrem Image nicht ganz einfach, insbesondere was den Fachkräftenachwuchs betrifft. Die Zahlen, die BRV-Chef Peter Hülzer vor rund einem Jahr an dieser Stelle präsentierte, haben wenig von ihrem Schrecken verloren: 90(!) Prozent der Teilnehmer aus insgesamt 100 befragten Reifenfachhandelsbetrieben sehen Probleme bei der Nachwuchsrekrutierung im Ausbildungsfeld Mechaniker für Reifen- und Vulkanisationstechnik. Gleichzeitig bilden weniger als ein Drittel aller dazu berechtigten Fachbetriebe aus; die Ausbildungsquote im Handwerksberuf der Branche liegt gemäß BRV-Marktstrukturanalyse von 2014 in den über 4.300 Betrieben des spezialisierten deutschen Reifengewerbes bei unter einem Prozent. Und dies, obwohl Kfz-Meister, die in Ermangelung eines zur Ausbildung berechtigten Vulkaniseur-/Reifenmechanikermeisters häufig in den BRV-Mitgliedsbetrieben tätig sind, mit einer Qualifizierung nach § 7a der Handwerksordnung durchaus auch Mechaniker für Reifen- und Vulkanisationstechnik ausbilden könnten.

Für Peter Hülzer liegt der Zusammenhang auf der Hand: „Ausbildungsbereitschaft ist ein ganz wesentlicher Aspekt der Nachwuchssicherung, oder einfach gesagt: Die Fachkräfte, die wir so dringend benötigen, müssen wir zum großen Teil schon selber ausbilden.“ Doch woher sollen sie kommen? Immer weniger Schulabgänger interessieren sich für technische Berufe, trotz vergleichsweise guter Bedingungen und Löhne für angehende Meister und Techniker bricht vielerorts der Fachkräftenachwuchs speziell in den MINT-Bereichen (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik) weg. Gleichzeitig bilden immer weniger Betriebe aus – und die, die es tun, finden oft nicht die richtigen Bewerber. Eine unselige Spirale, die jetzt mit einer breit angelegten BRV-Ausbildungskampagne durchbrochen werden soll, welche in Kürze unter dem Motto „Deine Zukunft ist rund“ startet.

In erster Linie Schüler, aber auch Auszubildende, Betriebe und Eltern sind die Zielgruppen, die auf direktem Weg sowie über Multiplikatoren für die Ausbildung im Reifengewerbe sensibilisiert und „heißgemacht“ werden sollen.



Abb.: Rheinprofil

„Auch Betriebe dürfen und sollen sich angesprochen fühlen, denn von qualifiziertem Fachkräftenachwuchs profitieren sie ganz unmittelbar“, erläutert Agenturinhaberin Sonja Bätz die Zielrichtung der BRV-Ausbildungskampagne.



„Wir öffnen Türen“, sagt BRV-Chef Peter Hülzer und appelliert an die Reifenhandwerksbetriebe, die neue BRV-Nachwuchskampagne aktiv für sich zu nutzen.

Wer künftige und aktuelle Berufsanfänger zwischen 15 und 20 Jahren ansprechen möchte, muss verstehen, wie diese „ticken“. Mehr denn je definieren sich Jugendliche heute über die Zugehörigkeit zu Gruppen und Communities; individuelle Entscheidungen, zu denen auch die Berufswahl zählt, fallen häufig schwer. Persönliche Interessen werden oft zu Lasten des erwarteten Nutzens zurückgestellt. Gleichzeitig spielt jedoch die Art der Vermittlung von Informationen eine immer größere Rolle: Sowohl bei der Kommunikation untereinander wie auch beim Medienkonsum allgemein nutzen Jugendliche interaktive digitale Medien so selbstverständlich wie keine Generation zuvor.

Die von Älteren noch oft empfundene Trennung von technischer und emotionaler Welt ist weitgehend aufgehoben und Fakten und Argumente werden insbesondere über die sozialen Medien wie Facebook, Twitter, Blogs & Co. um Emotionen, Stimmungen, Events und Mitmachaktionen ergänzt.

Doch auch die herkömmlichen Grenzen zwischen Online-, Offline- und Live-Instrumenten zur Zielgruppenansprache verwischen zunehmend: Plakate und Postkarten verweisen daher in der neuen Ausbildungskampagne des BRV auf weiterführende Inhalte im Internet, Ausbildungsmessen und Schulungen dienen der Kontaktaufnahme und -vertiefung und auch klassische Kommunikations-Tools wie Flyer, Broschüren und lokale PR dürfen nicht fehlen. Flankierend setzt die Kampagne auf Kooperationen mit Schulen, etwa in Form von Schul- oder Klassenpatenschaften, sowie auf praktische Angebote für Jugendliche, mit Praktika oder Schnuppertagen erste Erfahrungen in der Branche zu sammeln. Neben Kommunikations- und Marketing-Tools, die sich direkt an potenzielle künftige Fachkräfte richten, werden über weitere Instrumente auch Multiplikatoren wie Kammern, Arbeitsagenturen, Bildungsträger sowie Eltern, Freunde und andere „Peergroups“ von möglichen Auszubildenden angesprochen. Insbesondere Eltern sollen sich sicher fühlen, dass eine Ausbildung im Reifenhandwerk eine gute und zukunftssichere Option für ihr Kind ist.

Prägnante Kernelemente der Kampagne sind die erwachsene, direkte Ansprache und der junge, technisch-futuristische Look. Starke Bildwelten werden kombiniert mit der Aussage „Reifen sind heiß. Technik ist cool.“ Zudem wurde

„Deine Zukunft ist rund“

## Ziele der Kampagne

- Mehr Aufmerksamkeit/Interesse für das Mechaniker-Handwerk
- Imageverbesserung durch Wandel in der Branche
- Höhere Motivation bei Betrieben, selbst auszubilden
- Erhöhung der Ausbildungsquote
- Zusammenbringen von Ausbildungsbetrieben und geeigneten Nachwuchskräften
- Versorgung der Branche mit Informationen rund um das Thema Ausbildung



Direkte Ansprache und ein junger, technisch-futuristischer Look: das Keyvisual der Kampagne.

eigens ein neuer Slogan entwickelt: Deine Zukunft ist rund. „Damit sprechen wir natürlich die Hauptzielgruppe der Schülerinnen und Schüler an und bestätigen auch die Jugendlichen, die sich bereits mit dem Gedanken einer Berufsausbildung im Reifenhandwerk beschäftigen“, erläutert Sonja Bätz von der verantwortlichen Agentur Rheinprofil in Düsseldorf ([www.rhein-profil.de](http://www.rhein-profil.de)). „Aber auch Betriebe dürfen und sollen sich angesprochen fühlen, denn von qualifiziertem Fachkräftenachwuchs profitieren sie ganz unmittelbar.“ Darum hat das Kreativ-Team aus Düsseldorf ein eigenes Paket von Leistungen speziell für Händler und Werkstätten geschnürt, das neben Printunterlagen einen Mini-Messestand für den Auftritt auf regionalen Ausbildungsmessen beinhaltet, aber auch jede Menge Tipps für die Auswahl von Bewerbern, Anzeigenvorlagen und vieles mehr.

„Dreh- und Angelpunkt der Kampagne ist dabei die eigene Website“, ergänzt Bätz, „damit tragen wir den Kommunikationsgewohnheiten der Zielgruppe Rechnung“. Unter [www.deine-zukunft-ist-rund.de](http://www.deine-zukunft-ist-rund.de) finden alle Interessierten wichtige Infos übersichtlich gegliedert: Speziell gekennzeichnete Bereiche für Schüler, Azubis, Betriebe oder für Eltern informieren je nach Bedarf „kurz und gut“ oder ausführ-

Abb.: Rheinprofil



## Infobox

*Eine herzliche Bitte an alle BRV-Mitglieder – besonders die, die selbst ausbilden (auch in anderen Berufsbildern als dem Reifenmechanikerhandwerk): Eine Kampagne wie diese lebt von immer neuen Impulsen, Ideen und Praxisbeispielen. Teilen Sie uns deshalb mit, wie Sie Ihre Azubis finden, welche Projekte Sie für Ihren/mit Ihrem Fachkräftenachwuchs realisieren oder welche Ideen Sie haben, um (potenzielle) Auszubildende über alle Kommunikationskanäle – on- wie offline – anzusprechen! Kontakt: [info@bundesverband-reifenhandel.de](mailto:info@bundesverband-reifenhandel.de) oder Telefon 0228-289 94-73 (Nicole Müller). Ihre Tipps und Praxisbeispiele werden in die BRV-Ausbildungskampagne mit einfließen.*

lich. Stellenbeschreibungen finden sich ebenso wie Tipps zur Karriereplanung, Veranstaltungshinweise oder Blogs, in denen Auszubildende aus ihrer ganz persönlichen Praxis berichten und sich mit Interessierten austauschen. Ganz wichtig ist die Ausbildungsplatz-Börse: Hier können Reifenfachhändler ihre Azubis und interessierte Schüler, Umschüler oder auch Immigranten ihren Wunschausbildungs- oder Praktikumsplatz finden. „Mit der Fülle aller dieser Maßnahmen“, resümiert Peter Hülzer, „wollen wir Hilfestellung leisten und Betriebe und Nachwuchskräfte zusammenbringen. Wir öffnen Türen und können nur an die Betriebe appellieren, diesen Weg auch zu beschreiten und die BRV-Ausbildungskampagne aktiv für sich zu nutzen!“

### Berufsorientierung

## Infofilm zur Ausbildung im Reifenhandwerk

Ein aktuelles Projekt der Bundesagentur für Arbeit (BA) kommt wie gerufen, um die in Kürze startende Ausbildungskampagne des BRV zu unterstützen: Im Auftrag der BA wird die Firma Telepoint-Medien einen neuen Film zum Ausbildungsberuf des Mechanikers für Reifen- und Vulkanisationstechnik produzieren und hat diesbezüglich Anfang Januar in der BRV-Geschäftsstelle um Hilfestellung angefragt.

Der Film wird für das Portal BERUFE.TV der Bundesagentur für Arbeit realisiert. Die hier abrufbaren Ausbildungsfilm haben eine Länge von ca. 5-7 Minuten und informieren über Aufbau und -inhalte sowie Anforderungen, spätere Berufschancen und Weiterbildungsmöglichkeiten. Für den Film werden je nach Kapazität der Betriebe zwei bis drei Auszubildende (m/w) und Ausbilder/innen zu Besonderheiten, Anforderungen und Inhalten der Ausbildung interviewt. Zusätzlich werden mit den Auszubildenden Praxisbeispiele gedreht, die dem Zuschauer den Arbeitsalltag der Auszubildenden näher bringen.

Das Beste daran: Da der Film für das Berufsinfoportal der Bundesagentur für Arbeit (BA) produziert wird, entste-

hen dem BRV keine Kosten. Und das, obwohl die BA exklusiv einem begrenzten Nutzerkreis (u.a. berufsbezogene Verbände, öffentlich-rechtliche Arbeitgeber) die Möglichkeit gibt, BERUFE TV-Filme auf ihren eigenen Webseiten einzubetten – ein Angebot, das der Verband für die eigene Kampagne natürlich nutzen wird!

Der Film soll Schüler/innen bei ihrer Berufswahlentscheidung unterstützen und Interesse wecken. BERUFE.TV ist mit mehr als 400 Filmen über Ausbildungs- und Studienberufe Bestandteil des gesamten Medienangebots der Bundesagentur für Arbeit und liefert täglich bis zu 14.000 Filme aus:

- [www.berufe.tv](http://www.berufe.tv)
- mobile Applikationen für iPhone und iPad
- in über 140 Berufsinformationszentren (BiZ)
- BERUFENET
- [www.planet-beruf.de](http://www.planet-beruf.de)
- [www.abi.de](http://www.abi.de)
- [www.studienwahl.de](http://www.studienwahl.de)

Auf Anfrage der Produktionsfirma hat der BRV für die geplanten Dreharbeiten den Kontakt zu drei Mitgliedsunternehmen hergestellt, die sowohl in der Fachrichtung Vulkanisationstechnik als auch in der Fachrichtung Reifen- und Fahrwerkstechnik des Mechanikerhandwerks unserer Branche ausbilden. Außerdem verfügen ihre Betriebe über einen ausgezeichneten Standard, so dass die „Filmkulisse“ ansprechend sein wird.