

Live aus der Wurstküche - auf TikTok

Mit frischen Ideen gegen den Fachkräftemangel.

Süffa zeigt neue Möglichkeiten und Trends.

BADEN-WÜRTTEMBERG

Stuttgart In Deutschland herrscht Fachkräftemangel. Die Gründe dafür sind vielschichtig und reichen von einer wachsenden Zahl junger Menschen ohne Berufsausbildung über den demografischen Wandel bis hin zur schwindenden Attraktivität vieler Berufsbilder.

Auch vielen Fleischereien fehlen geschultes Personal und motivierte Azubis – wichtige Ressourcen eines jeden Fachgeschäfts. Was tun? Auf der Stuttgarter Süffa, Fachmesse für die Fleischbranche (21. bis 23. Oktober) wird diese Frage unter verschiedenen Aspekten diskutiert.

„Die Nachwuchssituation ist mittlerweile äußerst schwierig“, sagt Barbara Zinkl-Funk, geschäftsführende Gesellschafterin der 1. Bayerischen Fleischerschule in Landshut. „Es gibt zu wenig Azubis, sowohl bei Metzgerm als auch im Verkauf. Derzeit ist noch eine fleißige, belastbare Generation aktiv, die ihr Handwerk von Grund auf gelernt hat und stolz darauf ist. Wenn aber an der Basis weiterhin so wenig nachkommt, steht die Branche mittelfristig vor einem Problem.“

Automationsgrad erhöhen

Ein Lösungsansatz zur Vermeidung personeller Engpässe ist ein höherer Grad an Rationalisierung und Automatisierung – etwa durch ein größeres Konserven-Angebot oder SB-Theken. Nicht überall lasse sich jedoch beliebig umstrukturieren, warnt Zinkl-Funk: „Das kommt darauf an, wie der jeweilige Betrieb ausgerichtet ist. Gerade im kleinstrukturellen Bereich wird nach wie vor viel von Hand erledigt. Flexibilität und vielfältige Kenntnisse sind dort gefragt, sprich: klassische Handwerker und Allrounder, keine Automaten.“ Auf der Suche nach Personal schweift der Blick mittlerweile ins ferne Ausland. Im Pilotprojekt mit der Handwerkskammer Freiburg holte Landesinnungsmeister Joachim Lederer junge Menschen zur Ausbildung nach Deutschland (afz.16/2023).

Smartphone, Social Media & Co.

Motivation ist auch ein Stichwort für Barbara Zinkl-Funk. Sie sieht in der Fachkräftekrise durchaus eine Chance: „Die Qualität der Nachwuchskräfte steigt. Wir stellen fest, dass diejenigen, die sich für einen fleischerhandwerklichen Beruf entscheiden, dies ganz bewusst tun und nicht nur eine Notlösung darin sehen, wie es früher gelegentlich der Fall war. Die jungen Leute suchen gezielt nach guten Ausbildungsbetrieben. Etwa zwei Drittel unserer Meisterkurs-Teilnehmerin-

nen und -Teilnehmer wollen später einen eigenen Betrieb gründen oder übernehmen.“ Um potenziellen Nachwuchs für das Handwerk zu begeistern und motiviertes Personal zu gewinnen, genüge eine schlichte Zeitungsannonce freilich längst nicht mehr: „Man muss sich genau überlegen, wen man ansprechen möchte, und welche Kanäle man dabei nutzen kann. Ein neuer Trend ist es, Medien-affine Azubis als Botschafter einzusetzen, die dann beispielsweise auf TikTok live aus der Wurstküche berichten.“



Wenn an der Basis zu wenig nachkommt, steht die Branche mittelfristig vor einem Problem.

Barbara Zinkl-Funk

Eine „ganzheitliche“ Strategie verfolgt Eyüp Aramaz, Geschäftsführer der deutschlandweit tätigen Marketing- und Recruiting-Agentur Aramaz Digital und Dozent für Social Media, Personalmarketing & Arbeitgebermarkenbildung an der

Fachschule des Mittelstands (FHM) Bielefeld. „Durch den demografischen Wandel, die Digitalisierung und die sozialen Medien herrschen heute ganz andere Verhältnisse auf dem Arbeitskräftemarkt als noch vor wenigen Jahrzehnten. Wenn man gute Mitarbeiter finden will, ist Omnipräsenz das A und O.“ Dies gelte vor allem für das Smartphone, das in Sachen Nutzungsdauer traditionellen Medien längst den Rang abgelaufen habe.

Wertschätzung für den Nachwuchs

Es sei wichtig, die Vorzüge des eigenen Betriebs herauszuarbeiten und zu kommunizieren, erklärt Aramaz, der bereits mehr als 200 Lebensmittelbetriebe in Deutschland, Österreich und der Schweiz erfolgreich betreut hat. Die Süffa könne „als Plattform viel leisten“, um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken. Das findet auch Barbara Zinkl-Funk: Da die Süffa traditionell von vielen Berufsschulen besucht werde, sei sie „ein tolles Instrument, um die Gesellen zu motivieren, im Beruf zu bleiben, und ihnen zu zeigen, welche vielfältige Möglichkeiten ihnen offenstehen. Am wichtigsten aber ist, dem Nachwuchs Wertschätzung entgegenzubringen. Es wird heute mehr von den Azubis erwartet, aber sie haben auch zu Recht hohe Erwartungen an ihren Ausbildungsbetrieb!“

red | atz 18/2023

www.sueffa.de