

# „Sprechende“ Plakate sollen fürs Handwerk werben

Von Carina Göls

Immer mehr junge Menschen wollen lieber Kopfarbeit verrichten, statt mit einem Handwerksberuf ihre Brötchen zu verdienen. Eine Internet-Kampagne soll zum Umdenken animieren.

**VORPOMMERN.** Das Handwerk hat ein Imageproblem, Schulabgänger entscheiden sich immer mehr für eine Zukunft außerhalb des Handwerks. Nun soll's eine Kampagne richten. Dabei werden Plakate zum Leben erweckt, indem man den QR-Code auf den Mündern der präsentierten jungen Frauen und Männer aus diversen Handwerksberufen mit dem Handy scannt. Dann beginnt derjenige in einem Video zu erzählen: Warum er gerade in diesem Unternehmen lernt oder arbeitet, was er mag, welche Karrierechancen es gibt und so weiter. Der Clou sei, dass die hinterlegten Clips getauscht werden können, man oft gleich auf Instagram gehen könnte oder die von der favorisierten Firma hinter-



Silvio Meyn unterstützt die Ausbildungskampagne für die Kreishandwerkerschaft Vorpommern-Greifswald.

FOTO: CARINA GÖLS

legten Kontaktdaten online direkt abrufbar sind. Persönliche Daten hochgeladen – und fertig ist die Bewerbung.

Manchmal kommen auch Chefs zu Wort. Je nachdem, wie der Betrieb zu der Aktion stehe. Die trägt den Namen „Das Beste am Handwerk – Weitersagen“. Und das aus gutem Grund, wie Silvio Meyn sagt. Er betreut die Kampagne für die Kreishandwerkerschaft Vorpommern-Greifswald. „Modern und dem Lebensgefühl der jungen Leute angemessen sei sie. Denn

das Beste fürs Handwerk ist ja der Nachwuchs. Und der tummelt sich nun mal meist im Internet“, sagt Meyn. Doch Fakt sei: Der soziale Resonanzboden sei hart geworden für das Handwerk. Es gelte vielen jungen Menschen als die mindere Ausbildung im Vergleich zu einer intellektuellen, einer kaufmännischen oder einer technischen.

„Das Problem ist das Abitur, die meisten Schüler wollen heute das Abitur machen. Und dann heißt es: ‚Ich mache doch nicht das Abitur, um Handwerker zu werden‘“, hat Meyn erfahren. Viel ackern, kaputte Knie, Staub und Schmutz auf den Klamotten, nicht unbedingt üppiges Salär – so sei dieses Berufsbild häufig in den Köpfen. Dies gründe vielfach noch auf der angenommenen Trennung zwischen körperlicher und geistiger Arbeit. Mit dieser Kampagne will man das ändern.

Ähnliches hat auch Aurelia Lange mit der MV-weiten Ausbildungsmarketing-Aktion der Kreishandwerkerschaften erfah-

ren. Die Geschäftsführerin der Kreishandwerkerschaft Mecklenburgische Seenplatte weiß mit der Aktion gerade kleine und mittlere Betriebe angesprochen, um junges Blut und neue Kräfte zu werben. „Denn diese Firmen und kleinere Familienunternehmen haben oft gar nicht die personelle Möglichkeit, eine eigene Aktion zu starten, und sind oft auch nicht in den sozialen Netzwerken aktiv und dadurch für die Jugendlichen schwer erreichbar“, sagt sie. Auch bedingt durch die Demografie hat sich der Lehrstellenmarkt gewandelt, „weg von einem Markt für die Betriebe, hin zu einem Markt für die Bewerber.“

Das Angebot der Kreishandwerkerschaften richte sich zwar an Innungsmitglieder, aber auch andere könnten sich gern melden, um beim „Weitersagen“ dabei zu sein. So würden sie beim Inhalt unterstützt, es könnte ein Fotograf organisiert, die Eintragung des Betriebes auf einer MV-Karte veranlasst werden.

Das Imageproblem hat Folgen: Im Vergleich zum Vorjahr sank das Ausbildungsangebot in der Republik im Jahr 2020 um 50 700 Stellen auf 527 400, heißt es im aktuellen Datenreport des Bundesinstituts für Berufsbildung (BIBB). Die Zahl der jungen Menschen, die eine Ausbildungsstelle nachfragten, verringerte sich um 53 000 (-8,9 Prozent) auf 545 700. Probleme am Ausbildungsmarkt hätten sich auch verschärft, „weil viele Maßnahmen zur Berufsorientierung und zur Zusammenführung von Angebot und Nachfrage nicht oder nur eingeschränkt stattfinden konnten“. Ergo: Die Anzahl der neu abgeschlossenen Ausbildungsverträge ist im vergangenen Jahr deutlich gesunken. Mit 467 500 neu abgeschlossenen Ausbildungsverträgen wurden 57 600 Verträge weniger abgeschlossen als 2019.

Für M-V hat das Institut folgende Rechnung aufgemacht: Waren es im Jahr 2009 noch 11 826 neu abgeschlossene Ausbildungsverträge, sank die Zahl im vergangenen Jahr auf 7554.

Der Rückgang am Ausbildungsmarkt sei folglich nicht ausschließlich auf die Corona-Pandemie zurückzuführen. Schon vor Corona hatte das BIBB mit Blick auf die sinkende Zahl der Schulabgängerinnen und -abgänger sowie den anhaltenden Trend zu höheren Bildungsabschlüssen Rückgänge bei Angebot und Nachfrage sowie bei der Zahl der neu abgeschlossenen Ausbildungsverträge prognostiziert und ein Gegensteuern gewünscht.

Dass die aktuelle Kampagne mit Silvio Meyn zufolge noch offenem Ende ein Baustein sein kann, davon ist er überzeugt und: „Wenn jungen Leuten klar wird, dass sie nach einer Ausbildung im Handwerk durchaus aufsteigen, sich selbstständig machen, studieren können, dann entscheiden sie sich vielleicht doch – und auch mit Abitur –, erst mal eine handwerkliche Ausbildung zu beginnen“ sagt Silvio Meyn. Die Welt stünde für so vieles offen.

**Kontakt zur Autorin**  
c.goels@nordkurier.de