



## AUSGETRETENE WEGE VERLASSEN

Kai Schröder und das „Rufen Sie Schröder!-JuniorTeam“.  
Gedanken über und Erfahrungen mit einer erfolgreichen Nachwuchsstrategie.

In kaum einem anderen Berufsfeld klaffen Image und Wirklichkeit so weit auseinander. Wenn es um das Thema Ausbildung im Handwerk geht, entstehen in vielen Köpfen immer noch Bilder von schlecht bezahlten – und ebenso schlecht angezogenen – Männern mit schmutzigen Händen und ungehobelten Umgangsformen. Aufwendige Imagekampagnen der Verbände zeigen nur langsam Wirkung. Der Wandel hingegen findet „im Kleinen“ statt. Denn tatsächlich sind es die Handwerksbetriebe, die

– im ganzen Land verteilt – Zeichen setzen: nicht mit Werbekampagnen, sondern indem sie Handwerk weiterdenken und modern leben.

Zu diesen Unternehmen gehört die Firma Schröder Elektrotechnik aus dem schleswig-holsteinischen Rellingen. Kai Schröder, Inhaber und Geschäftsführer in zweiter Generation, erzählt von seinen Gedanken und Erfahrungen mit dem Aufbau und der Entwicklung des „Rufen Sie Schröder!-JuniorTeams“.

### Weniger klagen, mehr wagen

Das Thema ist in aller Munde: Fachkräftemangel im Handwerk. Befragt man den „Besserwisser“ Google, braucht der Gigant weniger als eine halbe Sekunde, um mehr als 270.000 Presseberichte zum Thema auszusprechen. Alles scheint schon mal gesagt bzw. geschrieben worden zu sein. Dennoch: Das Thema Ausbildung im Handwerk hat überraschend viele Facetten. Es lohnt sich, genauer hinzuschauen und den zahlreichen Problemlösungen einen Lösungsbeitrag hinzuzufügen.

Fakt ist: Jammern alleine ist völlig unproduktiv und trägt nicht zur Lösung bei. Auch „kreative“ Ideen wie das Handy als Begrüßungsgeschenk für Azubis sind auf den ersten Blick nett, aber zu kurz gesprungen. Denn eine solche Maßnahme trägt

vielleicht dazu bei, die Unterschrift eines Bewerbers unter den Ausbildungsvertrag zu beschleunigen. Eine Ausbildung dauert aber dreieinhalb Jahre – und nun? Nein, es geht um weit mehr. Es geht um mehr als Lockvogelgeschenke, um mehr als Azubi-Marketing und auch der Begriff der Arbeitgebermarke ist mit Vorsicht zu genießen. Es geht weniger um Fassade, sondern vor allem um Qualität und Glaubwürdigkeit. Um Missverständnisse auszuschließen: beides darf – und sollte – kommuniziert und gerne auch beworben werden. Davor jedoch steht die gelebte Wirklichkeit im Unternehmen. Und zwar täglich im Alltag und nicht nur zum Pressetermin.

### Dreh- und Angelpunkt für Vieles

Die Qualität der Ausbildung ist tatsächlich – und das



Unternehmer Kai Schröder ist kein Weg zu weit, wenn es um die Zufriedenheit seiner Mitarbeiter\*innen geht



nicht nur im Handwerk – der Schlüssel zu Vielem: Sie entscheidet darüber, ob ein Unternehmen Nachwuchsmangel beklagen muss oder regelmäßig Bewerbungen qualifizierter und motivierter junger Menschen erhält. Sie entscheidet darüber, ob Auszubildende – und spätere Gesellen – über fundiertes Wissen verfügen. Sie entscheidet darüber, ob sich Azubis und Mitarbeiter mit dem Unternehmen und ihrer Arbeit identifizieren. Sie entscheidet darüber, ob Herausforderungen wie die Digitalisierung zum Gefährdungs- oder Erfolgsfaktor werden.

**Der Blickwinkel zählt**  
Die Rahmenbedingungen sind für alle Unternehmen gleich, doch es lohnt sich, genauer hinzuschauen. Denn es gibt Unternehmen, die die Bedeutung des Themas bereits vor Jahren erkannt und gehandelt haben. „Wenn Sie es machen, machen Sie es richtig! Mit uns.“ So

lautet der Appell der Firma Schröder Elektrotechnik – und diesem folgt das Unternehmen auch selbst, wenn es um die Ausbildung des Nachwuchses geht.



Kai Schröders Appell: „Mach‘ es richtig!“

Anders als in vielen konventionellen Ausbildungsbetrieben, wo Auszubildende der klassischen Ausbildungsordnung folgend Schritt für Schritt in einzelne Themen eingearbeitet werden, erhalten die Nachwuchskräfte im Hause Schröder von Beginn an Verantwortung und werden in alle ein Kundenprojekt betreffende Abläufe einbezogen. Ganzheitlichkeit und Eigenverantwortung

sind die entscheidenden Stichwörter.

Der Nutzen ist auf allen Seiten spürbar: Der Auszubildende, der von Beginn an umfassendes

Vertrauen, hohe Transparenz, ganzheitlichen Einblick in Unternehmensabläufe – und nicht zuletzt Wertschätzung – erfährt, ist hoch motiviert und engagiert sich für „seine“ Kunden. Die Kunden erleben engagierte und motivierte junge Mitarbeiter mit Qualitätsgarantie durch den Chef. Das Unternehmen gewinnt Mitarbeiter mit einem hohen Maß an Identifikation

mit „ihrem“ Unternehmen: Das „Rufen Sie Schröder! JuniorTeam“.

Die Idee ist so einfach wie überzeugend: Die Ausbildung erhält jene Eigenschaften, die sich Jugendliche wünschen. Der Frage, welche Wünsche Ausbildungsstellenbewerber an den Ausbildungsbetrieb haben, ging auch die jüngste Bewerberbefragung des Bundesinstituts für Berufsbildung und der Bundesagentur für Arbeit nach. Die Ergebnisse sind für Kai Schröder nicht überraschend. Tatsächlich sind die Wünsche der heutigen Jugendlichen insgesamt recht „konservativ“ und bodenständig. So kommt es vielen Bewerbern vor allem darauf an, dass der Betrieb auch als langfristiger Arbeitgeber infrage kommt. Rund 86 Prozent der Befragten wünschen sich gute Übernahmechancen – und sind bestens aufgehoben in einem Unternehmen wie Schröder, das jedem



erfolgreichen Azubi ein attraktives Übernahmeangebot macht. Für beachtliche 93 Prozent der Befragten ist ein gutes Betriebsklima besonders wichtig, 90 Prozent legen Wert auf die Sicherheit des Arbeitsplatzes. All das sind Erwartungen und Wünsche, bei denen kleine und mittelständische Betriebe im Wettbewerb mit großen Unternehmen punkten können.

Identifikation der Junioren mit unserem Unternehmen. Da ist nur logisch und konsequent, dass wir ihnen ein Höchstmaß an Vertrauen und Wertschätzung entgegenbringen,“ fasst Kai Schröder die Ausbildungsphilosophie seines Unternehmens zusammen.

Ob das gelingt, erfragt der Unternehmer in

durchschnittlich positiven Ergebnissen wie beispielsweise die 83-prozentige Zufriedenheit oder 84-prozentige Wertschätzung einer offenen und ehrlichen Kommunikation im Unternehmen auch sein mögen, besonderes Augenmerk richtet Schröder auf die Werte, die Verbesserungspotenziale aufzeigen.

### Prädikat „1a-Arbeitgeber im Handwerk“

„Die sehr guten Bewertungen meines Teams bilden die Grundlage für die Auszeichnung als 1a-Arbeitgeber durch die Akademie Zukunft Handwerk. Auf diese Auszeichnung dürfen wir – alle gemeinsam – stolz sein. Wichtiger als die dekorative Trophäe ist mir jedoch die nachhaltige Zufriedenheit

machen. Die Ausrichtung an den Wünschen und Erwartungen der Mitarbeiter ist nicht der leichteste Weg. Aber es ist der einzige Weg, unseren Dreisatz zu leben: Ein guter Arbeitgeber hat motivierte Mitarbeiter, die für Zufriedenheit bei den Kunden sorgen“, ist Schröder überzeugt.

### Entwicklungspartner bei bundesweitem Forschungsprojekt

Mit dieser – gelebten – Überzeugung engagiert sich das Unternehmen als einer von bundesweit 14 Partnern in dem vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderten Forschungsprojekt „LIKA 4.0 – digital gestütztes, kooperatives Lernen im Kundenauftrag“. Das auf vier Jahre angelegte und mit einem Förder volumen von 1,8 Mio. Euro ausgestattete Forschungsvorhaben denkt das Thema neu. Ziel ist nicht weniger als eine nachhaltige Professionalisierung und Zukunftsbefähigung von



Stylish unterwegs: Das „Rufen Sie Schröder!-JuniorTeam“

„Die Mitarbeiter sind unsere Botschafter, unser Aushängeschild. Wir wollen, dass jeder einzelne stolz auf sein Unternehmen ist. Wir wünschen uns das Vertrauen und die

regelmäßigen Mitarbeiterbefragungen. Diese sind selbstverständlich anonym, um ein unverfälschtes Ergebnis sicherzustellen.

So erfreulich die über-



meiner Mitarbeiter. Natürlich wäre es leichter, „mein eigenes Ding“ als Chef zu



Handwerksunternehmen in Deutschland. Die Verbindung fachspezifischer Theorie mit praktischer Arbeitserfahrung – und zwar der vollständigen Prozesse von der Auftragsannahme über die Auftragsplanung und

Auftragsdurchführung bis zum Auftragsabschluss – wird durch moderne digitale Funktionen und Angebote unterstützt und verstärkt. Das Ergebnis ist eine optimale Verknüpfung aus Fachkompetenz, Sozial-

kompetenz und Methodenkompetenz bei Ausbildern und Auszubildenden.

„Der Gedanke mag auf den ersten Blick fremd erscheinen. Doch führen wir uns vor Augen: Auszubildende

sind die Kundendiensttechniker, die Projektleiter, ja manchmal sogar die Chefs von morgen. Grund genug, ihnen die beste Ausbildung in einem guten Lern- und Arbeitsumfeld zu bieten“, fasst Kai Schröder zusammen.



Kai Schröder  
Schröder Elektrotechnik e.K.  
Hauptstraße 33  
25462 Rellingen

04101-840408  
post@840408.com  
www.schroederelektrotechnik.de

Infos zur AKADEMIE ZUKUNFT HANDWERK und zur UPTODATE-Offensive©:  
[www.akademie-zukunft-handwerk.de](http://www.akademie-zukunft-handwerk.de)  
[akademie@zukunft-handwerk.de](mailto:akademie@zukunft-handwerk.de), Telefon 02404/551510  
©AZH 2018