

# „Was wir brauchen, ist das fürsorgliche Unternehmen“

Der drohende Fachkräftemangel und das Sichern von Nachwuchskräften bildet auch im Dienstleistungsgartenbau eine Kernaufgabe in Gegenwart und Zukunft. Darüber, wie sie zu bewältigen ist und welche Voraussetzungen für eine gute Ausbildung gegeben sein müssen, machte sich Albrecht Bühler (Bühler Baum und Garten, Nürtingen) in seinem Statement anlässlich des Forums „Gartenbauliche Dienstleistungen“ auf dem 2. Zukunftskongress Gedanken. **Kathrin Scheumann** hat die Aussagen im Folgenden zusammengefasst.

**E**in Prozent der Auszubildenden in Baden-Württemberg absolvieren in Bühlers Garten- und Landschaftsbau-Unternehmen ihre Ausbildung. Im Lauf der Jahre ist ihre Zahl im Betrieb auf insgesamt 13 angestiegen. Aber auch Bühler macht sich ein Bild vom neu entstandenen „Kampf um Talente“. „Bis gestern standen die Leute vor unseren Betrieben Schlange und wollten rein“, sagt er, „aber in diesem Jahr überwiegt die Nachfrage nach Ausbildung – auf Bundesebene gesehen – das Angebot nur noch geringfügig. Der demografische Wandel ist das, was zumindest in Westdeutschland bereits morgen da ist.“

Die damit einhergehende, neuerdings aktive Suche nach fähigen Mitarbeitern erfordert aus Bühlers Sicht weiteres Know-how in den Unternehmen. Zusätzlich zum gärtnerischen Wissen müssen sie sich in Fragen des Personalmanagements stark machen. Im Mittelpunkt steht dabei die Frage: „Wie gehen wir mit Mitarbeitern um?“, meint Bühler. Denn letztlich werden aus seiner Sicht diejenigen Unternehmen, denen es gelingt, die besten Mitarbeiter für sich zu gewinnen, im Wettbewerb der Zukunft Vorreiter sein.

Schlechte Ausbildung sei dabei etwas, was die Betriebe aus ihrem Produktportfolio streichen müssten, denn dafür gäbe es in heutiger Zeit keine Nachfrage mehr. „Ich denke, wir können mit dem Produkt gute Ausbildung im Wettbewerb mit anderen Branchen absolut bestehen. Genauso, wie wir im gärtnerischen Bereich sehr innovativ sind, haben wir die Chance, auch im Bereich Human Resource Management innovativ zu sein“, so der Gründer der Initiative Ausbildung.

## Es ist an der Zeit, Vorurteile abzulegen

„Was wollen junge Menschen von uns?“, diese Frage müsse man sich stellen, meint Bühler – und gibt auch gleich die aus seiner Sicht passenden Antworten: „Sie wollen eine Zukunftsperspektive. Sie wollen Sinn. Eine jüngst veröffentlichte Studie belegt, dass 70 Prozent der Jugendlichen wissen, dass sie eine gute Perspektive haben. Sie wissen auch, dass sie hart dafür arbeiten müssen, aber sie wollen auch Freude haben an ihrer Arbeit. Und sie wollen vor allem Sicherheit. Haben wir das in unserer Branche anzu-



Bühler-Azubis 2013 (zwei fehlen auf dem Foto). Hofumgestaltung (kleines Foto): Hier konnten Azubis unbeschwert mit Maschinen üben.

Fotos: Bühler Baum und Garten (2), K. Scheumann



**„Angenommen, ich will mit einer Gruppe Azubis eine Expedition in bergigem Land machen und teile aber bereits beim Start mit, dass 30 bis 40 Prozent der Teilnehmer es nicht schaffen werden, auf der anderen Seite des Berges oder Hügels anzukommen. Ich bin mir nicht sicher, ob die Expedition dann überhaupt stattfinden wird.“**

Albrecht Bühler, Bühler Baum und Garten, Nürtingen

bieten? Aus meiner Sicht ja, das können wir anbieten.

Was hindert uns im Moment daran, auf diesem Weg erfolgreich zu sein? Ich denke, es wird Zeit, einmal alle Vorurteile, die wir kultiviert haben, beiseite zu legen. Beispielsweise, dass Frauen im Garten- und Landschaftsbau nichts zu suchen haben. Das Thema „Können Frauen GaLaBau?“ ist durch verschiedene Berufswettbewerbe belegt. Es muss jetzt aber auch noch in den Köpfen der Anbieter von Ausbildung ankommen. Ebenso steht außer Frage, dass Schulabgänger mit Hochschulreife eine Zielgruppe für uns darstellen. Das

Bundesinstitut für Berufsbildung befragt die Schulabgänger. 25 Prozent der Abiturienten können sich sofort vorstellen, eine duale Ausbildung zu machen. Also, unser Markt ist breiter. Wir dürfen nicht nur eine Spezies in den Garten unseres Kunden pflanzen, sondern eine Vielfalt, und genauso ist es auch, wenn wir Ausschau halten nach den Nachwuchskräften.“

## Erfolgschancen in der Ausbildung erhöhen

„Ein weiterer Aspekt besteht darin“, so Bühler, „dass wir in Zukunft das fürsorgliche Unternehmen brauchen. Wir

wissen, dass man Pflanzen gießen muss, dass sie Dünger brauchen und dass man den Boden vorbereiten muss, ehe er bepflanzt werden kann. Und genau diese Fürsorge brauchen auch unsere Mitarbeiter. Wenn wir es schaffen, das zu signalisieren, brauchen wir den Fachkräftemangel nicht zu fürchten.

Jeder einzelne Betrieb muss allerdings für sich entscheiden, welchen Weg er in der Frage des Personalmanagements einschlagen will. Wir haben da eine Verantwortung. Und ich bin sehr froh, dass wir in dieser Hinsicht Rückhalt in der Branche finden. Das Ausbildungsförderungswerk unterstützt uns sehr stark im Bereich Nachwuchswerbung, im Bereich Weiterbildung der Ausbilder. Wir haben aber auch sehr viele engagierte Menschen bei den zuständigen Stellen. Und sie machen sich durchaus Gedanken, wenn beispielsweise – wie in diesem Jahr in Schleswig-Holstein zu verzeichnen – 30 Prozent der Auszubildenden durch die Prüfung fallen.

Das können wir auf jeden Fall besser. Es ist für mich eine Frage der Zukunftsgestaltung, sich zu überlegen, wie wir die Ausbildung für alle jungen Leute erfolgreicher machen können. Es dürfen nicht mehr so viele verloren gehen. Genau so gut ist natürlich möglich, das Produkt gute Arbeit nachfolgend in unserer Branche zu verankern. Eine Fragestellung der „Initiative Neue Qualität der Arbeit“ (INQA) lautet: Was ist gute Arbeit? Dazu gibt es eine Studie aus dem Jahr 2006. Das existenzsichernde Einkommen wurde damals mit 2.000 Euro brutto angegeben. Das sind etwa zwölf Euro pro Stunde. Wir brauchen ein existenzsicherndes Einkommen für unsere Mitarbeiter. Wir brauchen einen wertschätzenden zwischenmenschlichen Umgang und echte Herausforderungen.

Zum Thema Nachwuchswerbung möchte ich sagen: Sie hilft den Betrieben

in der Praxis sehr, aber wir brauchen dennoch etwas, das darüber hinaus geht. Wir brauchen die Umsetzung einer werthaltigen Arbeitgebermarke. Nicht nur Werbung für ein Produkt, sondern eine echte Arbeitgebermarke, die nach außen hin kommuniziert werden kann. Das bedeutet, dass der Betrieb intern eine gute Ausbildung umsetzt und daran arbeitet und dies auch mittels einer Kommunikationsstrategie nach außen kommuniziert. In Baden-Württemberg habe ich das vor ein paar Jahren einmal untersucht, zusammen mit Meistern und Technikern aus Hohenheim. 30 Prozent der Betriebe (von damals 600 Betrieben) hatten keine Website. Und von denen, die eine Homepage hatten, zeigten nur 15 Prozent Menschen auf ihrer Seite im Web. Alle anderen hatten Bagger, Fahrzeuge und ähnliches technisches Gerät. Aber Gesichter schaffen Vertrauen. Es ist wichtig, dass wir an der werthaltigen Arbeitgebermarke arbeiten, und dazu muss es ein Zusammenwirken zwischen einzelnen Betrieben, zwischen Fachsparten und der Branche geben.

Zwei konkrete Initiativen gehen in diese Richtung. 2002 wurde die Initiative Top Ausbildung Gartenbau (TAG) in Niedersachsen gegründet, sie wurde jetzt in NRW auch vom GaLaBau übernommen. Das Ziel besteht hier darin, die Chancen für die Auszubildenden zu erhöhen. Die zweite Initiative wurde unter der Bezeichnung „Initiative für Ausbildung“ mit dem Schwerpunkt GaLaBau 2010 ins Leben gerufen. Dabei arbeiten wir mit einem Ausbildungsversprechen. Wir sagen, das sind unsere zwölf Kriterien, wir wissen wie man ans Ziel kommt, wir bringen euch dorthin. Wenn wir es schaffen, das nach außen hin zu verdeutlichen und Vertrauen aufzubauen, dann haben wir auch eine zukunftsfähige Branche.“