



energie | wasser-praxis

kompakt

November 2019

NACHWUCHS- SICHERUNG

Lösungen und Handlungsempfehlungen
für den Fachkräftemangel in der Energie-
und Wasserwirtschaft



nachwuchs- sicherung



- 4 **Nachwuchsförderung ist wichtiger denn je!**
BEST-PRACTICE
- 7 **Nur wer aktiv auf Jugendliche zugeht, findet geeignete Auszubildende**
Claudia Pache, Stadtwerke Osterholz
- 8 **Etwas Sinnvolles bewegen – das ist die Stärke unserer Branche**
Anett Fritzsche, HAMBURG WASSER
- 9 **Geflüchtete bereichern die Ausbildung und den Arbeitsalltag**
Patrick Zimmermann, Stadtwerke Ulm/Neu-Ulm
- 10 **So gewinnen wir Azubis für die TEAG**
Johannes Trümper, Thüringer Energie AG
- 11 **Aus- und Weiterbildung aus Überzeugung**
Sigrid Flick, Stadtwerk Tauberfranken
- 12 **INFOGRAFIK: Es wird eng! Der Fachkräfteschwund nimmt zu**
- 14 **Fünf DVGW-Projekte für die Nachwuchsförderung**
- 16 **DVGW-Hochschulgruppe Freiberg – Bindeglied zwischen Hörsaal und Praxis**
- 17 **Aspekte, die einen Arbeitsplatz für Nachwuchskräfte attraktiver machen**
- 18 **Gemeinsam sind wir besser!**
Stephan Maul über das Internetportal „Berufswelten Energie & Wasser“
- 20 **Das Young-Professional-Programm des DVGW:**
drei Fragen an Dr. Antje Rademacher
- 21 **Verbände-Kooperationen gegen den Fachkräftemangel**
- 22 **Alte Hasen länger halten: Mit älteren Beschäftigten den demografischen Wandel meistern**
- 23 **10 gute Gründe für eine Ausbildung in der Energie- und Wasserwirtschaft**

inhalt

Impressum

Herausgeber:

DVGW Deutscher Verein des Gas- und Wasserfaches e. V. –
Technisch-wissenschaftlicher Verein
Josef-Wirmer-Straße 1–3
53123 Bonn
Tel.: 0228 9188-5
Fax: 0228 9188-990
E-Mail: info@dvgw.de
Internet: www.dvgw.de

Verlag und Vertrieb:

wvgw Wirtschafts- und Verlags-
gesellschaft Gas und Wasser mbH
Geschäftsführer: Stephan Maul, M.A.
Josef-Wirmer-Straße 3
53123 Bonn
Tel.: 0228 9191-40
Fax: 0228 9191-498
E-Mail: info@wvgw.de
Internet: www.wvgw.de

Schriftleiter:

Prof. Dr. Gerald Linke

Chefredaktion:

Heike Gruber (verantwort.)
Tel.: 0228 9191-419

Mitarbeiter dieser Ausgabe:

Martin Schramm, Marcel Pannes,
Stephan Tolkmitt, Nadine Kalisch,
Dr. Antje Rademacher

Gezeichnete Artikel stellen die Ansicht des Verfassers dar, nicht unbedingt die der Schriftleitung und der Redaktion. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks, des auszugsweisen Nachdrucks, der fototechnischen Wiedergabe und der Übersetzung liegen beim Verlag.

Gestaltung und Satz:

Andrea Willers (wvgw)

Druck:

Siebel Druck & Grafik, Lindlar

Bildnachweise:

Rawpixel (S. 5, S. 6, S. 17) –
istockphoto.com, Hilch, (S. 2, S. 10, S. 11) –
istockphoto.com

„Nachwuchsförderung ist wichtiger denn je!“

von **Michael Riechel**, DVGW-Präsident



Der Fachkräftemangel stellt die Energie- und Wasserwirtschaft vor immense Herausforderungen. Eine im Vergleich zu anderen Branchen deutlich ältere Mitarbeiterschaft und ein starker Wettbewerb mit anderen Wirtschaftszweigen macht die Suche nach qualifiziertem Nachwuchs nicht leichter. Als Branche brauchen wir daher eine gemeinsame Strategie, um auch in Zukunft gut aufgestellt zu sein.

In Personalabteilungen ist er schon längst ein großes Thema: der Fachkräftemangel. Allein 2018 blieben 57.700 Ausbildungsstellen unbesetzt, die meisten davon in kleinen und mittleren Unternehmen. Die Gas- und Wasserversorgungswirtschaft ist in besonderem Maße vom Fachkräftemangel betroffen, denn sie gehört nach dem Bergbau zu den Branchen mit dem höchsten Anteil an Erwerbstätigen kurz vor dem Rentenalter. Konkret: Statistisch gesehen geht selbst der Jüngste aus der Gruppe der über 50-Jährigen – der sogenannten Babyboomer-Generation – in sechs Jahren in den Ruhestand. In Abteilungen oder Unternehmen, in denen bisher ein bis zwei Mitarbeiter pro Jahr altersbedingt ausgeschieden sind, werden es dann plötzlich vier- oder fünfmal so viele sein. Ein Einschnitt, der am Arbeitsmarkt nicht so einfach zu kompensieren sein wird. Den Unternehmen droht damit nicht nur ein großer Teil der Arbeitnehmer*innen wegzubrechen, sondern auch der Verlust von Erfahrung, Fachwissen und damit Qualität und Leistungsniveau der Gas- und Wasserversorgung.

Besonders gefährdet sind Unternehmen in strukturschwachen Regionen oder dort, wo andere

Arbeitgeber mit attraktiven Angeboten den Nachwuchs „abfischen“. Dazu gehören z. B. die vielen kleinen Wasserversorgungsunternehmen im ländlichen Raum, die häufig bereits heute vor großen Problemen stehen. Betroffen sind auch Schlüsselpositionen, wie beispielsweise Wassermeister, für die sich schon heute praktisch kein Nachwuchs am Arbeitsmarkt mehr rekrutieren lässt. Gefährdet sind aber auch Unternehmen, die nicht rechtzeitig in den Wettbewerb um junge Leute einsteigen oder die nicht die richtige Ansprache an diese Zielgruppe treffen.

“ **Statistisch gesehen geht selbst der Jüngste aus der Gruppe der über 50-Jährigen – der sogenannten Babyboomer-Generation – in sechs Jahren in den Ruhestand.** ”

Ob die Digitalisierung das Problem entschärfen wird, ist fraglich. Möglicherweise werden durch die zunehmende Automatisierung von Prozessen zwar irgendwann nach dem bevorstehenden Generationswechsel klassische Arbeitsplätze wegfallen, doch die Geschwindigkeit des dadurch freiwerdenden potenziellen Fachpersonals wird nicht synchron mit dem altersbedingten Ausscheiden der Arbeitskräfte mithalten können. Die kritische Phase für die Unternehmen ist demnach

der Übergang, weil in dieser Zeit so viel Veränderung herrscht, dass Unternehmen bereits in dieser Zeit an ihre Grenzen stoßen.

Um junge Menschen für ein Unternehmen zu begeistern, müssen Arbeitgeber etwas bieten, z. B. moderne Arbeitsbedingungen, die Arbeit und Privatleben miteinander vereinbar machen. Doch gerade der bevorstehende Fachkräftemangel wird dies vielen Unternehmen praktisch unmöglich machen. Ein weiterer wichtiger Faktor ist die Vergütung. Der öffentliche Dienst ist durch seine Tarifbindung mit seinen starren Eingruppierungsregeln gegenüber vielen anderen Wirtschaftsunternehmen im Nachteil. Unattraktiv für junge Menschen sind auch Betriebe, in denen ihre eigene Generation praktisch nicht vertreten ist. Unternehmen, die traditionell und kontinuierlich auf Ausbildung gesetzt haben, haben es da erheblich leichter.

Es braucht eine gemeinsame Strategie für die Energie- und Wasserwirtschaft

Die Unternehmen der Energie- und Wasserversorgung sind für die Daseinsvorsorge verantwortlich und damit eine der Säulen für den Wirtschaftsstandort Deutschland und Wohlstand der Bevölkerung. Nichts tun ist deshalb keine Option. Weil der Fachkräftemangel die gesamte deutsche Wirtschaft betrifft erst recht nicht. Stadtwerke, Versor-

gungsunternehmen, Netzbetreiber und andere in der Gas- und Wasserversorgung angesiedelte Firmen stehen im Wettbewerb mit vermeintlich attraktiveren Arbeitgebern. Die gesamte Energie- und Wasserbranche braucht daher gemeinsame Strategien und Maßnahmen, um erfolgreich um junge Leute zu werben. Dabei geht es weniger um Nachwuchs im akademischen Bereich, sondern v. a. um technisch-gewerbliche Berufe, denn hier – das ist bereits heute spürbar – ist der Mangel am größten. Möglichkeiten, wie die Nachwuchssicherung gelingen kann, möchten wir Ihnen in dieser Ausgabe aus der Reihe ewp-kompakt aufzeigen.

Alles beginnt mit einer langfristig angelegten Personalplanung, die den Mitarbeiterbestand in seiner bestehenden Altersstruktur, das unternehmensspezifische Renteneintrittsalter, die bestehenden Qualifikationen sowie das realistisch zu erwartende Angebot an Fachkräften am Arbeits- bzw. Ausbildungsmarkt berücksichtigt. Daraus lässt sich ableiten, in welchen Kalenderjahren das Unternehmen wie viele Mitarbeiter ersetzen muss. Um für den Umbruch gerüstet zu sein, wird es in vielen Fällen notwendig sein, bereits jetzt einen gewissen Personalüberhang aufzubauen, weil das Arbeitskräfteangebot in den nächsten Jahren rasch kleiner wird.

Am Arbeitsmarkt erfolgreich werden nur die Unternehmen sein, die

eine klare Strategie haben und ihren potenziellen neuen Mitarbeitern zukunftsfähige Rahmenbedingungen bieten. Dazu muss das Unternehmen die bevorstehende Herausforderung annehmen. Nachwuchsgewinnung muss zur Chefsache werden! Wir haben verschiedene Unternehmen der Gas- und Wasserbranche, die hier bereits aktiv sind, gebeten, ihre Ansätze und Maßnahmen vorzustellen (siehe Seite 7 ff).

“ **Nachwuchsgewinnung muss zur Chefsache werden!** ”

Der schnelle altersbedingte Rückgang erfahrener Fachleute führt in den Unternehmen zwangsläufig auch zu einem Verlust an fachlicher Kompetenz. Hier sind Ideen gefragt, um das Wissen der erfahrenen Kollegen in geeigneter Weise zu erhalten und für Nachfolger verfügbar zu machen. Unsere Autorin vom Kompetenzzentrum für Fachkräftesicherung (KOFA) erläutert auf Seite 22 wie ältere Beschäftigte durch geeignete Maßnahmen motiviert werden können, ihre Arbeitskraft länger als geplant zur Verfügung zu stellen. Neben Anreizen für eine längere Beschäftigung sind auch die Möglichkeiten zu schaffen, um als älterer Mitarbeiter – trotz ggf. vorhandener Einschränkungen – noch einen wertgeschätzten Beitrag zur Unternehmensleistung bringen zu kön-



nen. Bei den verbleibenden Mitarbeitern ist es wichtig, in Bildung zu investieren, sodass diese in der Lage sind, die sich zwangsläufig verdichtenden Aufgaben zu bewältigen.

Wenn die Personalplanung zeigt, dass das eigene Unternehmen den Generationswechsel wahrscheinlich nicht (in ausreichendem Umfang) schaffen wird, sollten frühzeitig Kooperationspartner gefunden werden, mit denen der Versorgungsauftrag künftig gemeinsam gesichert werden kann. Die Zusammenlegung von Ressourcen

punkten. Gemeinsam mit BDEW und rbv betreiben wir genau zu diesem Zweck das Internetportal „Berufswelten Energie & Wasser“, das wir Ihnen auf Seite 18/19 vorstellen.

Die „Sinnfrage“ ist für viele junge Leute ein relevantes Kriterium für die Berufswahl. Gerade hier kann die Gas- und Wasserversorgung sowohl mit ihrer Verantwortung im Bereich der Daseinsvorsorge als auch mit den zahlreichen Aufgaben und Aktivitäten im Bereich Umwelt- und Ressourcenschutz und der Energiewende

“ Die „Sinnfrage“ ist für viele junge Leute ein relevantes Kriterium für die Berufswahl. Gerade hier kann die Gas- und Wasserversorgung punkten. ”

Gute Argumente für eine Berufswahl in der Energie- und Wasserversorgung bieten sich auch gegenüber Jugendlichen, die gern in ihrer Heimat bleiben möchten. Traditionell gibt es in der Branche viele von den Unternehmen getragene Entwicklungsmöglichkeiten, sodass eine Entscheidung für eine technisch-gewerbliche Ausbildung

nicht in eine Sackgasse führt. Hier ist auf jeden Fall Kreativität gefragt.

mehrerer Unternehmen ist in vielen Fällen unvermeidbar. Gut ist, solche Entwicklungen schon heute anzustoßen, weil die damit zusammenhängenden Veränderungen dann noch steuerbar sind.

Und noch eins: Ohne Migration geht es nicht. Da die demografische Situation für den Arbeitskräftenachschub ganz klare Grenzen aufzeigt, können die zwangsläufig auftretenden Lücken nur über Zuwanderung ausgeglichen werden. Wie Geflüchtete und Migranten in den Ausbildungs- und Arbeitsmarkt der Versorgungsbranche integriert werden können, zeigt ein Beispiel aus Ulm, über das Sie auf Seite 9 mehr erfahren.

Auch der DVGW leistet wichtige Beiträge, um junge Menschen in der Berufsorientierung für eine Karriere in der Energie- und Wasserbranche zu begeistern. Unsere Aktivitäten zur Nachwuchsförderung stellen wir Ihnen ab Seite 14 genauer vor. Um noch mehr Aufmerksamkeit für diese Karriereoptionen bei jungen Menschen zu erreichen, bündeln wir unsere Arbeit außerdem an geeigneten Stellen mit anderen Branchenverbänden. Mehr dazu erfahren Sie auf Seite 21.

Grundsätzlich beginnt aber alles damit, überhaupt als potenzieller Arbeitgeber wahrgenommen zu werden. Dann, da bin ich mir sicher, kann die Energie- und Wasserbranche durchaus bei jungen Menschen in der Berufsorientierung

Der Fachkräftemangel ist eine der größten Herausforderungen für die Energie- und Wasserwirtschaft – als Branche können wir ihm nur gemeinsam begegnen. Lassen Sie uns jetzt sofort damit beginnen! ■



„Nur wer aktiv auf Jugendliche zugeht, findet geeignete Auszubildende.“



Quelle: Stadtwerke Osterholz

Kommunale Versorger spüren den Fachkräftemangel schon jetzt weitaus stärker als so mancher große Player. Um dieser Entwicklung möglichst effektiv gegenzusteuern, sind Engagement, Fantasie und Kreativität gefragt – wie bei den Osterholzer Stadtwerken. Welche Maßnahmen zum Recruiting junger Nachwuchskräfte dort umgesetzt werden, erläutert Ausbildungsleiterin **Claudia Pache**.

Der Mangel an guten Nachwuchs- und Fachkräften ist unübersehbar und für viele Unternehmen ein zentrales Problem. Insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen kommt es daher darauf an, die junge Generation mit Hilfe von gezieltem Personal- und speziellem Ausbildungsmarketing effektiver zu erreichen. Der Grund ist klar: Junge Fachkräfte mit einer guten Schulbildung und einer qualifizierten Ausbildung tragen wesentlich dazu bei, die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens zu gewährleisten.

Bei den Stadtwerken Osterholz ist das aktive Ausbildungsmarketing Teil einer zukunftsorientierten Recruitingstrategie und steht auf mehreren Standbeinen. Beispielsweise erhalten wir mit Youtube- und Facebook-Videos der Auszubildenden und einer zielgruppengerechteren, jüngeren Gestaltung der Stellenausschreibungen eine hohe Aufmerksamkeit und sehr positive Resonanz. Außerdem engagieren sich drei sogenannte Ausbildungsbotschafterinnen, die alle bereits Auszubildende der Osterholzer Stadtwerke sind, dafür, potenziellen Nachwuchskräften einen Einblick in den Berufsalltag zu ge-

ben. Ziel ist ein Dialog auf Augenhöhe mit den Schulabsolventen. Dafür wurden die drei Azubis in einem Tagesseminar auf den Einsatz in den Schulen vorbereitet. Das Feedback nach den ersten Schulbesuchen war durchweg positiv; vor allem auch weil sich die Schüler bei jungen Menschen spürbar mehr trauen, Fragen zu stellen, um „aus erster Hand“ Informationen über das Unternehmen zu erhalten.

Gleiches gilt für die personalisierte Stellenanzeige „Catharina sucht“, in der Tonalität und Ansprache auf die jüngere Zielgruppe zugeschnitten wurden – mit Erfolg: Die Nennung der Mitarbeiterin führte nicht nur zu zahlreichen direkten Kontakten mit der Kollegin, sondern auch dazu, dass die Stelle zügig besetzt werden konnte. Mehr noch: Obwohl wir bei der nächsten Suche nach einem Netzmonteur in der Anzeige auf die Nennung eines Mitarbeiternamens verzichtet haben, gingen aufgrund der Ansprache und des Designs zahlreiche qualifizierte Bewerbungen ein und auch diese Stelle konnte erfolgreich mit einem jungen, engagierten und qualifizierten Kollegen besetzt werden.

Sehr erfolgreich war auch das Facebook-Video für die Suche nach einem Auszubildenden zur Fachkraft für Abwassertechnik. Es erhielt insgesamt über 4.000 Aufrufe und die Stelle konnte in diesem Sommer 2019 ebenfalls erfolgreich besetzt werden. Bereits 2017 hatten Schülerinnen und Schüler einer Gesamtschule einen Film über die Azubis der Osterholzer Stadtwerke gedreht. Der Film war Teil des Ausbildungsmarketings, um den Schülerinnen und Schülern eine Ausbildung bei den Stadtwerken schmackhaft zu machen.

Rückblickend haben wir mit unseren unterschiedlichen Maßnahmen des aktiven Ausbildungsmarketings sehr gute Erfahrungen gemacht. Nur wenn Betriebe aktiv auf Jugendliche zugehen und allen eine Chance geben, können sie ihren Fachkräftebedarf decken. Auch wenn kleinere Betriebe dafür oft wenig Ressourcen haben: Wer mit Schulen und anderen Akteuren kooperiert und Praktikumsplätze, Mitmach- und Erprobungsmöglichkeiten anbietet, hat gute Aussichten, geeignete Auszubildende zu finden. ■

„Etwas Sinnvolles bewegen – das ist die Stärke unserer Branche“

Bis 2030 verlassen rund 40 Prozent der aktiven Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von HAMBURG WASSER altersbedingt das Unternehmen. Mit einer Job-Offensive möchte das Unternehmen dieser personellen Veränderung frühzeitig entgegenwirken.

von **Anett Fritzsche**, Referatsleitung Personalgewinnung bei HAMBURG WASSER

Demografischer Wandel, Fachkräftemangel, New Work, War for Talents – das alles sind aktuelle Schlagwörter. Dahinter steckt, dass sich Unternehmen immer häufiger die Frage stellen müssen, wie sie den Wettbewerb um gut ausgebildete und sozial kompetente Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für sich entscheiden können, denn heute können sich die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer ihre Arbeitgeber aufgrund einer veränderten Marktsituation aussuchen.

Auch wir bei HAMBURG WASSER haben uns mit dieser Herausforderung beschäftigt. Wir wollten herausfinden, was uns von anderen unterscheidet und attraktiv für Kandidatinnen und Kandidaten macht. Mit einer spezialisierten Agentur haben wir einen strategischen Prozess aufgesetzt und unser Arbeitgeberversprechen an unsere Beschäftigten und ebenso an Bewerberinnen und Bewerber definiert – als klare Positionierung im Unternehmen und auf dem Arbeitsmarkt. Gemeinsam mit den Menschen, die bei uns arbeiten, haben wir herausgearbeitet, was für sie den Unterschied macht – warum sie bei uns arbeiten und gerne bleiben. Die

Antworten auf diese Frage machen uns als Arbeitgeber stolz, sind gleichzeitig aber auch Erwartung und Verpflichtung an uns.

Dabei sind wir ein ganz normaler Arbeitgeber, nicht alles läuft immer rund, nicht Jede und Jeder ist immer rundum zufrieden. Gleichzeitig stimmt offenbar das Gesamtpaket: fachlicher Anspruch und Expertise kombiniert mit Menschlichkeit, sozialem Zusammenhalt und großer regionaler Verbundenheit.

“**Wir bieten Arbeitsplätze mit hoher sozialer Verantwortung, auch im Sinne von Nachhaltigkeit und Umweltschutz.**”

Bei der Analyse unserer Zielgruppen wurde zudem erkennbar, dass wir etwas haben, das Arbeitgeber nicht beliebig generieren können und das nicht nur jungen Generationen angesichts der bedrohlichen Lage des Weltklimas und der steigenden sozialen Ungleichheit weltweit immer wichtiger wird: in diesem Sinne sinnvolle Arbeitsplätze.

Aus diesen Erkenntnissen ist unser Arbeitgeberversprechen (EVP) entstanden, unser Selbstverständnis als

Arbeitgeber, das wir konsequent in unseren Personalmarketingmaßnahmen umsetzen. Es soll aber auch grundsätzlich Orientierung sein in unserem Handeln als Arbeitgeber: Wir wollen gemeinsam die Zukunft gestalten, für Hamburg und sein wertvollstes Element.

Wir machen uns auf den Weg, um nach außen noch sichtbarer zu werden und Menschen für uns zu begeistern, die unsere Werte teilen und sich gemeinsam mit uns für eine umweltbewusste Zukunft mit hoher sozialer Verantwortung einsetzen wollen. Etwas Sinnvolles bewegen – das ist die Stärke von Unternehmen, die sich nachhaltig und umweltschonend um die Themen Wasser, Gas, Wärme und Strom kümmern. Etwas Sinnvolles bewegen – das ist die Botschaft, die wir den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie den Bewerberinnen und Bewerbern vermitteln wollen. Wenn es uns gelingt, diese Botschaft strategisch in allen Personalmarketingmaßnahmen zu verankern, haben wir gute Chancen, die richtigen Menschen zu finden und gemeinsam mit ihnen die Zukunft zu gestalten. ■

„Geflüchtete bereichern die Ausbildung und den Arbeitsalltag“

Bei den Stadtwerken Ulm/Neu-Ulm war es schon immer Usus, allen Menschen eine Chance zu bieten. Daher wurde die Entscheidung, Geflüchteten den Weg in die duale Ausbildung über eine Einstiegsqualifizierung (EQ) zu ermöglichen, im Unternehmen auch bewusst getroffen. Mit Erfolg, wie **Patrick Zimmermann**, Ausbildungsleiter bei den Stadtwerken Ulm/Neu-Ulm, berichtet.



Quelle: Stadtwerke Ulm/Neu-Ulm

Vor der eigentlichen Einstiegsqualifizierung absolvieren die Bewerber zunächst ein einwöchiges Probepraktikum, bei dem sie berufsspezifische Aufgaben aus dem jeweiligen Ausbildungsbereich und einen Ausbildungspaten bekommen. Wichtig dabei: Die Mitarbeiter sprechen ausschließlich deutsch mit den Bewerbern. Zur weiteren Verdeutlichung werden z. B. sicherheitsrelevante Themen visualisiert oder direkt vor Ort erklärt. Nach dem Probepraktikum folgt die Analyse auf Basis der Frage: Kann der Geflüchtete eine Bereicherung für meinen Betrieb sein? Wenn ein Kandidat nach dem Praktikum einen positiven Eindruck bei meinen Azubis, Ausbildungspaten und mir hinterlassen hat, wird ein gemeinsames Gespräch mit den Flüchtlingsbetreuern der IHK geführt, um zu schauen, wie der Ablauf des EQ möglich ist. Alles Weitere wird dann von den sehr kompetenten Kollegen der IHK und des Jobcenters in die Wege geleitet.

Im Rahmen der Einstiegsqualifizierung versuche ich eine Fachabteilung zu finden, bei der der Mitarbeiter zunächst einfache, aber den-

noch sehr wichtige Tätigkeiten ausübt, um ihm direkt ein wertschätzendes Gefühl zu vermitteln – z. B. bei der Geräteprüfung. Ich achte außerdem darauf, dass er bei gleichermaßen empathischen wie extrovertierten Kollegen lernt, denn: Je mehr die Kollegen reden, desto mehr spricht auch der neue Mitarbeiter und lernt umso schneller Deutsch. Wobei bei der SWU Schwäbisch die meistgesprochene Sprache ist, die Mohammad aus Syrien, der seit 2016 bei uns ist, nun auch schon sehr gut beherrscht – zum Leidwesen seines Deutschlehrers an der Berufsschule. Während der Einstiegsqualifizierung wechseln die Mitarbeiter zwei- bis dreimal die Fachabteilung, um ein neues Umfeld und neue Kollegen kennenzulernen. So ergeben sich immer wieder andere Gesprächsthemen und der Wortschatz des Geflüchteten wird automatisch und kontinuierlich größer.

In regelmäßigen Abständen führen die Abteilung bzw. der Pate mit dem Mitarbeiter sogenannte Lernzielermittlungsgespräche, um zu schauen, welche Fortschritte er gemacht hat. Im besten Fall erhält er einen

Ausbildungsvertrag; dies gibt ihm nochmals einen ordentlichen Motivationsschub.

Die Auszubildenden verbringen in der Regel zwei Tage in der Berufsschule und drei Tage im Betrieb. Sie sind gemeinsam in einer Klasse, so haben Azubis wie Mohammad vertraute Gesichter um sich und erhalten Hilfe „aus den eigenen Reihen“. Zwei Azubis sind speziell für ihn verantwortlich und helfen beim Kontrolllesen des Berichtsheftes oder erklären die Bedeutung von Elektrobegriffen im Unterricht. Dieses Konzept funktioniert sehr gut.

Mein Fazit: Die Ausbildung mit Geflüchteten macht Spaß und bereichert meinen Arbeitsalltag. Somit war es die absolut richtige Entscheidung, auch weil ich sehr viele positive Rückmeldungen bekomme. Ich bin sehr froh, dass die Stadtwerke mich in dieser Entscheidung unterstützt haben und diesen Menschen eine Chance geben, sich zu verwirklichen und sich in Deutschland zu integrieren. ■

„So gewinnen wir Azubis für die TEAG“

Quelle: TEAG



Die Zeiten, in denen die Thüringer Energie AG (TEAG) postkürbewise Bewerbungen auf freie Ausbildungsplätze erhalten hat, sind längst vorbei. Um trotzdem genug Nachwuchskräfte zu rekrutieren und die Wettbewerbsfähigkeit zu sichern, hat sich der Energieversorger in den letzten Jahren neu positioniert. **Johannes Trümper** über die Maßnahmen und Erfahrungen bei der Gewinnung von Auszubildenden bei der TEAG.

Nachwuchssicherung fängt bei der TEAG bereits in der Grundschule an, deshalb beteiligen wir uns aktiv an verschiedenen Schulprojekten. Im Projekt „Lernen an einem anderen Ort“ werden z. B. erste Grundsteine für die Begeisterung und Freude an technischen Berufen gelegt. Auch unser freiwilliges Herbstpraktikum ist neben dem Angebot von Schülerpraktika ein weiteres wichtiges Instrument zur Nachwuchssicherung. Interessierte Jugendliche haben hierbei die Möglichkeit, in den Herbstferien eine Woche in das Berufsleben zu schnuppern und ihre Fähigkeiten auszutesten – wer dabei überzeugt, hat quasi eine Einstellungsgarantie.

Weiterhin nutzen wir bei über 20 Nachwuchsmessen die Gelegenheit, unser Unternehmen und die Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten vorzustellen. Hierbei haben wir die Erfahrung gemacht, dass kleine regionale Messen oftmals persönlicher und individueller sind: So gaben 50 Prozent unserer Nachwuchskräfte an, auf einer dieser Messen auf die TEAG aufmerksam geworden zu sein. Aktive Social-Media-Arbeit oder die Möglichkeit, eine Videobewerbung anzufertigen, stoßen erfahrungsgemäß bei dieser Personengruppe momentan noch auf wenig Interesse.

Besonders große Anstrengungen unternehmen wir bei den MINT-Berufen, gleichzeitig verfügen wir mit unserem hauseigenen Aus- und Fortbil-

dungszentrum über ein ideales Instrument, um den eigenen Nachwuchs auszubilden und weiter zu qualifizieren: Derzeit bilden wir in unserer TEAG-Akademie über 230 Azubis für mehr als 70 Unternehmen aus. Im Jahr 2018 haben wir darüber hinaus 4.800 Seminarteilnehmer in energietechnischen Seminaren weiterqualifiziert.

Auch Studienabbrechern oder Interessenten einer zweiten Ausbildung stehen wir offen gegenüber. Ältere Bewerber haben die Möglichkeit, eine Umschulung zu absolvieren. Wir haben außerdem die Erfahrung gemacht, dass gerade bei dieser Personengruppe ein kurzer Bewerbungsprozess mit einer schnellen Entscheidungsfindung ein Erfolgsfaktor für den Vertragsabschluss ist.

Unter Nachwuchssicherung verstehen wir aber auch, unseren Azubis neue Perspektiven und Entwicklungsmöglichkeiten aufzuzeigen und sie auf diesem Weg zu begleiten. Die technischen Azubis z. B. werden nach ihrer Berufsausbildung zum Verteilnetztechniker weiterqualifiziert, um sie optimal auf die zukünftigen Aufgaben im Netzbetrieb vorzubereiten. Sehr gute Auszubildende haben zudem die Möglichkeit, ein Studium oder eine Weiterbildung zum Meister oder Techniker zu absolvieren. ■



„Aus- und Weiterbildung aus Überzeugung“

Als mittelständisches Unternehmen mit knapp 100 Kolleg*innen ist der langfristige und zielgerichtete Aufbau von Stammpersonal für das Stadtwerk Tauberfranken entscheidend. Welche Wege der lokale Versorger dabei geht, stellt Personalleiterin **Sigrid Flick** vor.

Quelle: Stadtwerk Tauberfranken



Für die professionelle Abwicklung des Kerngeschäfts und die Ausweitung auf neue Geschäftsfelder setzen wir auf eine solide gestalterische und nachhaltige Aus- und Weiterbildungsarbeit. Paul Gehrig und Dr. Norbert Schön, die beiden Geschäftsführer, verkörpern diese Strategie aus Überzeugung. Die Aus- und Weiterbildung ist deshalb in den Unternehmenszielen fest verankert und genießt seit über zwölf Jahren hohe Priorität, was sich in Ausbildungsquoten von 10 bis 15 Prozent widerspiegelt. Die von der IHK Heilbronn-Franken durch die Dualis-Zertifizierung nachgewiesene hohe Ausbildungsqualität und die erfolgreiche Beteiligung an Wettbewerben – z. B. 2. Platz beim Zukunftspreis Main-Tauber-Kreis 2018 mit dem Schwerpunkt „Wissenstransfer“ – stärken unser Arbeitgeberimage nach außen.

Die langfristig hohe Ausbildungsquote bei gleichzeitig hoher Ausbildungsqualität stellt ein wichtiges Standbein der Stellenbesetzungen dar. Um nicht betriebsblind zu werden, hat aber auch die externe Stellenbesetzung ihre Berechtigung. Wichtiger als die Anzahl der Bewerber ist dabei, genau die richtige Person für die jeweilige Position zu finden. Dabei gehen wir immer wieder neue Wege in der Bewerberanspra-

che und nutzen verschiedene Kanäle, z. B. die aktive Ansprache auf Veranstaltungen, den gezielten Rückgriff auf Initiativ-Bewerbungen, Schulkooperationen oder die Teilnahme an Girls' and Boys' Days, um bei der Zielgruppe zunächst einmal „sichtbar“ zu werden. Dann gilt es, die verschiedenen Berufe möglichst realitätsnah darzustellen. Dazu erproben wir die Nutzung von sozialen Medien wie Facebook und Instagram. Die Einbindung von Mitarbeitern ist dabei sehr hilfreich, denn das potenzielle Bewerberumfeld wird so auf Bewerber erweitert, die auf den herkömmlichen Rekrutierungskanälen nicht erreichbar gewesen wären. Ein konkretes Beispiel ist das Projekt mit der „DVGW energie | wasser-praxis“: Deren Instagram-Account wurde im Herbst 2019 für eine Woche von zwei unserer Mitarbeiter übernommen, um so auf authentische und lebendige Weise den Ausbildungsberuf der Fachkraft für Wasserversorgungstechnik bekannter zu machen.

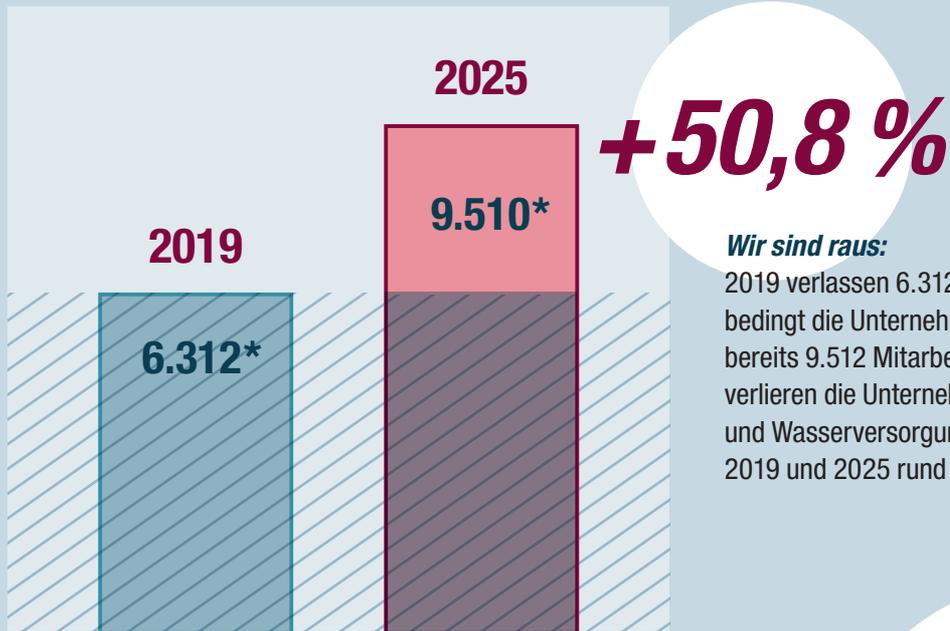
Ein weiteres wichtiges Instrument für die Ausbildungsarbeit sind Praktika, die sowohl dem Bewerber als auch uns die Möglichkeit bieten, ein realistisches Bild von den gegenseitigen Erwartungen zu gewinnen. Dank der zahlreichen Praktika können wir eine sehr nied-

rige Ausbildungsabbruch-Quote (ein Abbruch in zwölf Jahren) verzeichnen. Auch mit Quereinsteigern, wie Mütter oder Studienabbrecher, Umschulungsmaßnahmen oder Zweit-Ausbildungen haben wir bisher nur positive Erfahrungen gemacht. Diese Kollegen haben sich meistens mit besonderem Engagement für die Chance einer Ausbildung „bedankt“.

Die Personalarbeit bleibt auch in Zukunft spannend. Ein glaubwürdiges und verlässliches Auftreten nach Innen und Außen wird weiterhin einer der entscheidenden Wettbewerbsfaktoren bleiben. Eine gute Vernetzung zwischen Unternehmen, Schulen und sonstigen Bildungspartnern hilft, Synergien zum Vorteil aller zu erschließen und mit der weiteren Verringerung der Halbwertszeit des Wissens Schritt zu halten. Die Fragen, welcher Bewerbertyp in die Unternehmenskultur passt und wie auch in Zeiten der Digitalisierung eine sehr individuelle Beziehung zu Interessenten und Bewerbern hergestellt werden kann, müssen aber von jedem Unternehmen individuell beantwortet werden. ■

Es wird eng! Der Fachkräfteschwund nimmt zu

* Altersbedingt ausscheidende Fachkräfte in der Energie- und Wasserversorgung



Wir sind raus:

2019 verlassen 6.312 Mitarbeiter altersbedingt die Unternehmen; 2025 sind es bereits 9.512 Mitarbeiter! Insgesamt verlieren die Unternehmen der Energie- und Wasserversorgungsbranche zwischen 2019 und 2025 rund **56.750 Fachkräfte**.

(Quelle: Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnung und Darstellung durch die GWS)

26 %

der 15- bis 24-jährigen planen eine betriebliche Ausbildung.

22 %

sind sogar noch ohne genaue Vorstellung.

(Quelle: McDonald's Ausbildungsstudie 2019)

Ausbildungsanfänger, 1993-2017

Zahl der neu abgeschlossenen Ausbildungsverträge

(Quelle: Statistisches Bundesamt)

1993

1997

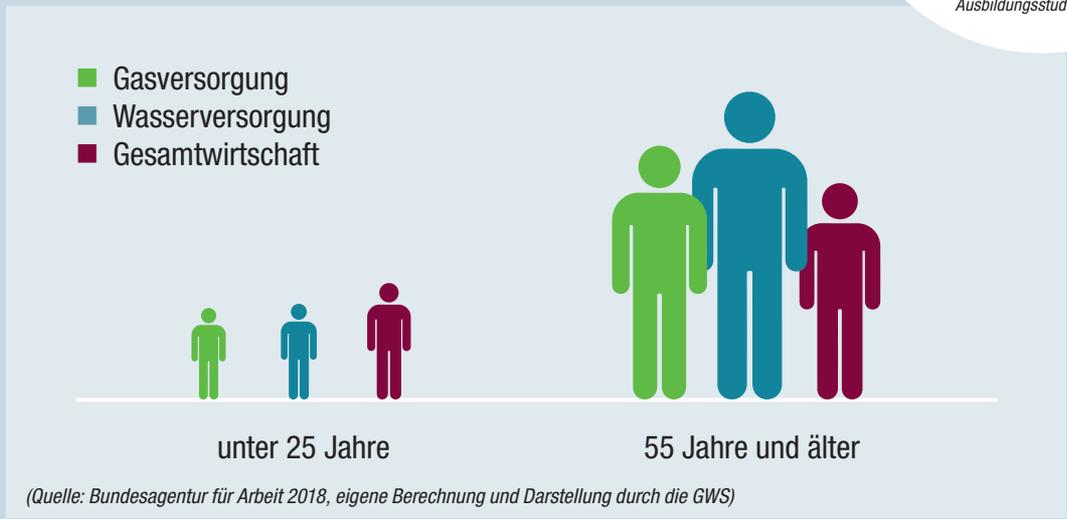
2001

20

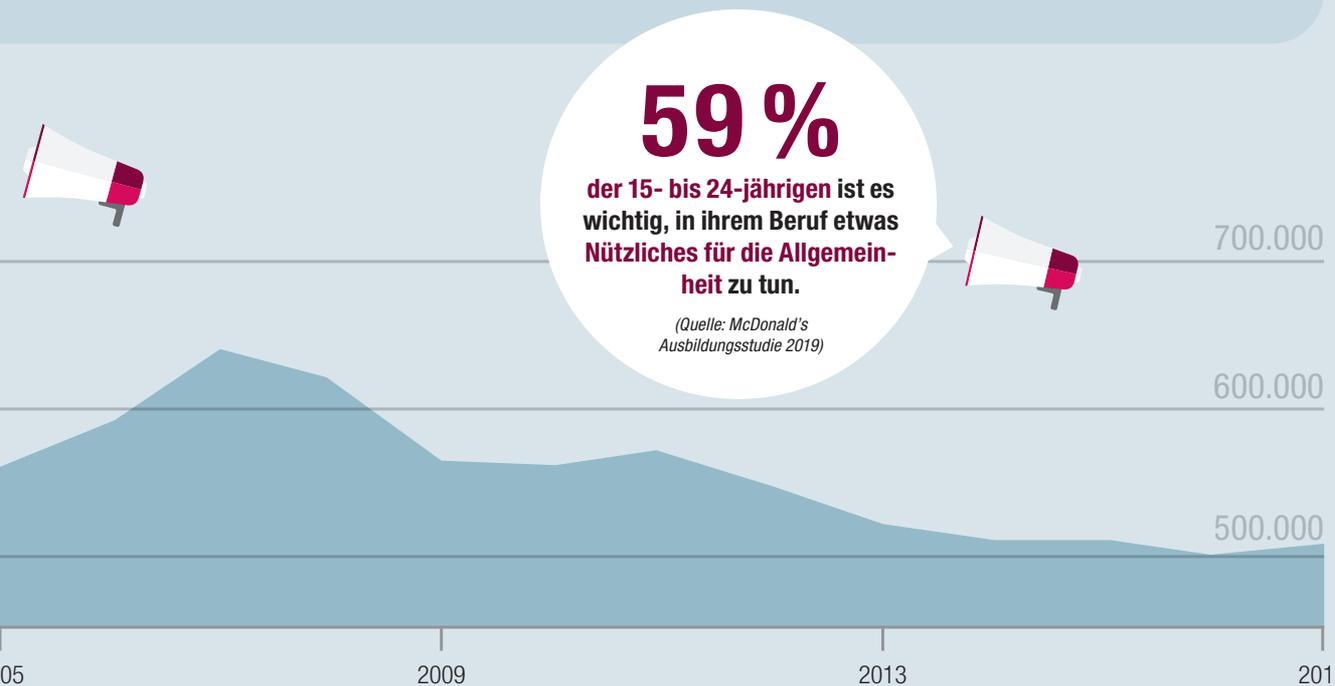
Für **22 %** der Schüler, die eine betriebliche Ausbildung anstreben, ist es wichtig, dass der Betrieb **soziale Verantwortung** übernimmt, z.B. beim Umweltschutz.

(Quelle: McDonald's Ausbildungsstudie 2019)

Nachwuchs vs. ausscheidende Mitarbeiter



Das Dilemma des Arbeitsmarktes wird auch in der Gas- und Wasserversorgungsbranche augenscheinlich: In beiden Branchen ist die Gruppe der über 55-jährigen mehr als **dreimal so groß** wie die Gruppe der unter 25-jährigen. Gesamtwirtschaftlich liegt das Verhältnis bei 1:2, d. h., die Gruppe der über 55-jährigen ist doppelt so groß wie die Gruppe der unter 25-jährigen.



Fünf DVGW-Projekte für die Nachwuchsförderung

Der DVGW setzt sich auf vielfältige Weise für die Nachwuchssicherung und -gewinnung ein. Wir stellen fünf ausgewählte Projekte vor.

1 DVGW-Studierenden-Patenschaftsprojekt

Seit nunmehr rund zehn Jahren werden durch das DVGW-Studierenden-Patenschaftsprojekt vorausschauende Unternehmen der Energie- und Wasserbranche und ausgewählte Nachwuchskräfte auf der *gat|wat* zusammengebracht. Das Projekt bietet den teilnehmenden Unternehmen nicht nur die Möglichkeit, engagierte und interessierte Studierende aus einschlägigen Fachrichtungen und Hochschulen kennenzulernen, sondern auch, sich als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren. Die angehenden Nachwuchskräfte wiederum können sich über Berufseinstiegschancen, Perspektiven und Kooperationsmöglichkeiten informieren. Insofern bereitet dieses Projekt für die Unternehmen der Energie- und Wasserbranche den Boden für spätere Rekrutierungsaktivitäten, auch wenn zum Projektzeitpunkt noch keine Einstellungsabsichten bestehen.



Quelle: DVGW/Heckmann

Zusammentreffen der Patenschaftsstudierenden mit dem fördernden Unternehmen und dem betreuenden Hochschullehrer auf der *gat|wat* 2018

www.dvgw.de/patenschaft

2 DVGW-Hochschulgruppen

Mit der Gründung von Hochschulgruppen verfolgt der DVGW in erster Linie das Ziel, bei jungen Menschen bereits während des Studiums Interesse für das Gas- und Wasserfach zu wecken. Engagierte Studierende sollen auf Energie- und Wasserthemen aufmerksam gemacht und als Nachwuchskräfte für die Branche gewonnen werden. Ein weiteres wichtiges Ziel ist es, für den Verein auch junge Mitglieder zu gewinnen, um neue Impulse zu bekommen und junge Menschen für die Vereinsarbeit zu begeistern.

Auch die organisatorische Angliederung der DVGW-Hochschulgruppen an die DVGW-Bezirksgruppen trägt dazu bei, dass der Erfahrungs- und Meinungsaustausch zwischen den im Berufsleben stehenden persönlichen DVGW-Mitgliedern und den in der Hochschulausbildung befindlichen Studierenden intensiviert wird. So erhalten die Hochschulgruppenmitglieder die Möglichkeit, persönliche, für den Berufseinstieg förderliche Netzwerke zu knüpfen.

Die erste DVGW-Hochschulgruppe wurde 2014 in Karlsruhe gegründet. Seither ist das Netzwerk auf 18 DVGW-Hochschulgruppen angewachsen: Einschätzungen von Seiten der Hochschulgruppenmitglieder zu den Fragen „Wie können Unternehmen über die Zusammenarbeit mit den HGS Nachwuchskräfte gewinnen?“ und „Was erwarten die Nachwuchskräfte von ihrem zukünftigen Arbeitgeber?“ finden Sie auf Seite 16 und 17.

www.dvgw.de/hochschulgruppen

3 DVGW-Studienpreis

Seit über 30 Jahren verleiht der DVGW jedes Jahr Studienpreise an herausragende Bachelor-, Master- und Diplomarbeiten im Energie- und Wasserfach. Die Studienpreise Gas und Wasser sind mit insgesamt 10.000 Euro dotiert. Der DVGW möchte damit den akademischen Nachwuchs im Energie- und Wasserfach fördern und besondere Leistungen im Studium prämiieren. Der jeweilige Aufruf wird auf der DVGW-Website und in der DVGW energie | wasser-praxis veröffentlicht. Informationen zum Bewerbungs- und Auswahlprozess sind auf der genannten Website einsehbar.



Quelle: DVGW/Heckmann

Preisträger des DVGW-Studienpreises 2018

www.dvgw.de/studienpreis

4 DVGW-Young Professional Programm



Start now – das ist der Leitgedanke des neuen Young Professional Programms des DVGW (siehe auch S. 20). Das DVGW Young Professional Programm wurde als ergänzendes Projekt der DVGW-Nachwuchsförderung 2019 eingeführt und leistet gezielt Unterstützung für Nachwuchskräfte beim Einstieg in die Energie- und Wasserbranche. Das Programm richtet sich an Studierende in der Endphase ihres Studiums und bietet somit auch ein weiterführendes Angebot für die über 300 Mitglieder der bundesweit 18 DVGW-Hochschulgruppen. Darüber hinaus richtet sich das Programm ebenfalls an junge Berufstätige mit

Hochschul-, Meister- oder Technikerabschluss bis zu einem Alter von 35 Jahren. 2019 wurde das Young Professional Programm in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz pilotiert, 2020 soll es dann bundesweit ausgerollt werden.

www.dvgw.de/ypp

5 Wettbewerb „Azubis – Volle Power“ der DVGW-Landesgruppe Baden-Württemberg

Seit 2019 veranstaltet die DVGW-Landesgruppe Baden-Württemberg den Wettbewerb „Azubis – Volle Power!“. Bei dem Wettbewerb werden Nachwuchsförderungsprojekte gesucht, die durch Mithilfe und unter Einbindung von Azubis durchgeführt wurden. Mitmachen können alle Unternehmen der Gas- und Wasserbranche aus Baden-Württemberg. Die Azubis des Siegerprojektes werden auf den Gas-Wasser-Tag eingeladen und erhalten bei der feierlichen Siegerehrung ein Preisgeld von 1.000 Euro samt Urkunde.



Das Ziel des Wettbewerbes ist die Verbreitung der Philosophie mit den eigenen Azubis Nachwuchsförderung zu gestalten: Azubis sind von vornherein Experten der Nachwuchsförderung, da sie wissen, wie Jugendliche ticken, was sie anspricht und wie sie am besten von der eigenen Ausbildung überzeugt werden können. Darüber hinaus wird aus den eingesandten Projekten ein Best-Practice-Katalog erstellt, der für alle Unternehmen der Branche als Inspirationsquelle einer attraktiven Nachwuchsförderung dienen kann.

www.dvgw-bw.de

DVGW-Hochschulgruppe Freiberg – Bindeglied zwischen Hörsaal und Praxis

von: **Sven Eckart**, 1. Vorsitzender DVGW-Hochschulgruppe Freiberg

Die Vernetzung von Studierenden mit Unternehmen schon während des Studiums ist Grundlage für motivierten und gut ausgebildeten Branchennachwuchs. Ein besonderes Anliegen der DVGW-Hochschulgruppe Freiberg ist es deshalb, den Praxisanteil im Studium zu erhöhen und regional ansässige Unternehmen frühzeitig einzubinden. Durch die Angliederung der Hochschulgruppe an den Lehrstuhl für Gas- und Wärmetechnische Anlagen der TU Freiberg konnte darüber hinaus eine Ergänzung zu den bestehenden Lehrveranstaltungen geschaffen werden und Studierende mit einem abgestimmten Fächerkanon können ein Zertifikat für die Berufsbezeichnung „Ingenieur für Gas-, Wärme- und Energietechnik“ erhalten. Das Zertifikat ermöglicht die Beibehaltung der Berufsbezeichnung „Ingenieur“ auch bei Bachelor- und Masterabschlüssen und dient damit als „Türöffner“ beim Berufseinstieg.

Neben möglichst vielen Exkursionen und Besuchen in Firmen liegt der Fokus der Hochschulgruppe auf der Einbindung von Alumnis. Im Rahmen regelmäßiger Stammtische halten ehemalige Student*innen und Hochschulgruppenmitglieder einen 90-minütigen Vortrag über ihre persönlichen Erfahrungen beim Eintritt ins Berufsleben und

erklären die Unterschiede zwischen Arbeitsalltag und Studentenleben. Immer wieder heben sie dabei die große Bedeutung von Softskills, wie z. B. Projekt- und Zeit-Management, für die Strukturierung ihrer Arbeit hervor. Weiterhin zeigt sich, dass vor allem studienbegleitende Praktika in einem guten Arbeitsumfeld und bei angemessener Bezahlung



die Chance vergrößern, dass sich die Studierenden später auf eine Stelle in der jeweiligen Firma bewerben.

Bei einer anschließenden Stärkung und Fragerunde werden persönliche Fragen zum Arbeitsumfeld und Konditionen beantwortet sowie fachliche Unklarheiten beseitigt. Durch diese Stammtische konnten die Mitglieder der Hochschulgruppe schon über zehn Firmen vom Stadtwerk bis zum Leitungsnetzbetreiber kennenlernen. In Zukunft soll dieses Angebot noch ausgeweitet und bei

einem gemeinsamen Grillen mit Firmen ein noch besserer Austausch ermöglicht werden. Dabei spielt die enge Zusammenarbeit mit dem Vorstand der DVGW-Bezirks- und Landesgruppe eine entscheidende Rolle.

Nicht nur die Studierenden profitieren von diesen Angeboten, sondern auch die beteiligten Firmen: Sie erhalten die Chance, ihre zukünftigen Mitarbeiter*innen bei den Vorträgen und Exkursionen im persönlichen Kontakt kennenzulernen und ihre Jobangebote über die interne Kontaktbörse gezielt an zukünftige Ingenieure im Gas- und Maschinenbaufach zu richten. Um dieses Angebot noch zu erweitern, stellte der Lehrstuhl auch einen Schaukasten zur Verfügung. So konnten schon mehrere frische Uniabsolventen zeitnah eine Arbeitsstelle antreten.

Studierende wie Unternehmen können per E-Mail (dvgw-hsg@tu-freiberg.de), Facebook (www.facebook.com/DVGWHSGFreiberg/) oder über die Website des Lehrstuhls auf www.gwa.tu-freiberg.de Kontakt mit der DVGW-Hochschulgruppe Freiberg aufnehmen. Firmen sind jederzeit dazu eingeladen, Vorschläge z. B. für Exkursionen, Schulungen und Vorträge einreichen und so zur praxisorientierten Ausbildung der Nachwuchskräfte beizutragen. ■

Aspekte, die einen Arbeitsplatz für Nachwuchskräfte attraktiver machen

von: **Kristina Schmitz**, BalTEC – DVGW-Hochschulgruppe Wismar



Quelle: DVGW-Hochschulgruppe Wismar

Bedingt durch den Mangel an Nachwuchskräften fragen sich Unternehmen immer häufiger, was für Nachwuchskräfte einen Job bzw. einen Arbeitgeber attraktiver im Vergleich zu anderen macht. Zunächst muss festgehalten werden: Die „eine“ Antwort auf diese Frage gibt es nicht – vielmehr existieren viele verschiedene Meinungen und Ansichten zu diesem Thema. Für diesen Artikel wurden deshalb mehrere Meinungen zu konkreten Unterpunkten eingeholt, um Gemeinsamkeiten und Unterschiede feststellen zu können.

“ **Flexibel gestaltbare Arbeitszeiten oder Home Office sind ebenso entscheidend wie ein fairer Umgang miteinander und eine angemessene Bezahlung.** ”

Der erste Aspekt, der betrachtet wird und bei dem die Meinungen sich gleichen, ist die Arbeitszeit. Hier gilt: Eine flexibel gestaltbare Arbeitszeit, z. B. in Form von Gleitzeit oder ggf. Home-Office, wirkt in der Regel attraktiv auf Nachwuchskräfte. Grund dafür ist, dass diese flexible Gestaltung die von vielen jungen Menschen angestrebte Work-Life-Balance ermöglicht. Diese ist vielen sehr wichtig, um nach einem stressigen Arbeitstag oder zwischen verschiedenen Projekten den Kopf frei zu bekommen und anschließend wieder konzentriert und fokussiert zu arbeiten. Im Unternehmen kann dies beispielsweise auch durch Sport- oder Entspannungsmöglichkeiten erreicht werden. Ein großer Stressfaktor ist darüber hinaus der tägliche Arbeitsweg durch den Berufsverkehr. Hier bietet besonders die Arbeit von zu Hause die Möglichkeit, das ungeliebte Pendeln zum Arbeitsplatz zu umgehen. Aber auch ein Unternehmens-

standort nahe der Wohnung mindert den täglichen Weg, weshalb die Jobsuche nach wie vor stark vom jeweiligen Wohnort des Arbeitnehmers beeinflusst wird.

Unterschiedliche Meinungen gibt es hingegen zum Thema Karrieremöglichkeiten. Dies hängt stark von der eigenen Persönlichkeit und den eigenen Prioritäten ab. Die beiden Extrema sind auf der einen Seite der karrierefokussierte Typ, der das Privat- und Familienleben hinter den Job stellt und für den ein hoher Posten und ein entsprechend hohes Gehalt entscheidender sind. Auf der anderen Seite steht ein Angestellter, bei dem Privatleben und auch die Familienplanung an erster Stelle stehen, und der dafür auch bereit ist, Abstriche im Einkommen zu machen. Der weitest-größte Teil der Menschen dürfte jedoch keinem der beiden Extrema zuzuordnen sein, ihre Wünsche und Vorstellungen bewegen sich zwischen den genannten Beispielen.

Mit Hinblick auf diese Vielfalt an Wünschen, Ansprüchen und Interessen dürfte es keinen Arbeitgeber geben, der für ausnahmslos alle Arbeitnehmer das Ideal darstellt – dies gilt übrigens auch in die andere Richtung. Gleichwohl dürften z. B. ein fairer Umgang miteinander, eine gute Einarbeitung und eine angemessene Bezahlung für nahezu alle Nachwuchskräfte wichtig sein. Voraussetzung dafür ist von Anfang an eine offene Kommunikation zwischen allen Beteiligten und die klare und ehrliche Äußerung der persönlichen Vorstellungen und Erwartungen. Auf diese Weise kann ein für beide Seiten angenehmes und produktives Arbeitsverhältnis geschaffen werden. ■



„Gemeinsam sind wir besser!“

Stephan Maul, Geschäftsführer der wvgw Wirtschafts- und Verlagsgesellschaft Gas und Wasser mbH, über den Fachkräftemangel, das Internetportal www.berufswelten-energie-wasser.de und wie Unternehmen der Energie- und Wasserversorgung davon profitieren können.



Quelle: wvgw, Roland Horn

Mit Unterstützung von BDEW, DVGW und rbv betreiben Sie das Onlineportal www.berufswelten-energie-wasser.de, mit dem Sie vor allem junge Menschen für die vielfältigen Berufe in der Energie- und Wasserwirtschaft begeistern möchten. Welche Relevanz hat das Thema für die Mitgliedsunternehmen der Unterstützerverbände?

Eine zunehmend existenzielle. Zwar gibt es in der Energie- und Wasserwirtschaft derzeit noch keinen flächendeckenden Fachkräftemangel, allerdings können schon heute in bestimmten Regionen offene Stellen nicht oder nur mit großem Aufwand mit qualifizierten Fachkräften besetzt werden. Der „War for Talents“ ist in vollem Gange. Branchenübergreifend gilt: Für jede zweite of-

hohen Altersdurchschnitt aufweist, bedeutet der zunehmende Fachkräftemangel in besonderem Maße, aktiv werden zu müssen. Hier gilt es, rechtzeitig für Branchennachwuchs zu sorgen und den Know-how-Transfer in die nächste Generation zu ermöglichen.

Was genau steckt hinter der Idee des Berufsweltenportals?

Beim Werben um Fachkräfte stehen wir im Wettbewerb mit anderen Branchen. Um potenzielle Nachwuchskräfte für uns begeistern zu können, müssen wir daher viel „lauter“ werden als bisher. Das heißt, dass wir uns auf unterschiedlichste Weise stärker ins Bewusstsein der vor allem jungen Menschen bringen müssen. Dies beinhaltet sowohl das

gelingt uns am besten gemeinsam! Auf diesem Gedanken fußt die Idee des Berufsweltenportals, alle diesbezüglichen Aktivitäten aus der Energie- und Wasserwirtschaft in einem Onlineportal zu bündeln.

Das bedeutet konkret ...?

Das Berufsweltenportal hat einen vollkommen anderen Ansatz als übliche Jobportale: Es informiert exklusiv über die gesellschaftliche Relevanz der Energie- und Wasserwirtschaft, ermöglicht Einblicke in die zukunftsorientierten Berufsbilder der Branche, bereitet umfangreiche Informationen zu den zahlreichen Ausbildungs- und Studiemöglichkeiten auf, informiert über berufliche Fortbildungsmöglichkeiten, präsentiert die Energie- und Wasserwirtschaft auf Ausbildungsmessen und nutzt dabei auch die relevanten Social-Media-Kanäle für zielgruppenspezifische Kampagnen. Ein wesentlicher Bestandteil des Berufsweltenportals ist das Jobportal, über das wir tagesaktuell mit rund 1.000 branchenrelevanten Jobangeboten einen umfassenden Überblick über die aktuellen Stellenangebote in der Energie- und Wasserwirtschaft ermöglichen. Wer über das Berufsweltenportal seine Stellenanzeige schalten möchte, kann zusätz-

“**Hier gilt es, rechtzeitig für Branchennachwuchs zu sorgen und den Know-how-Transfer in die nächste Generation zu ermöglichen.**”

fene Stelle ist es schwierig, einen geeigneten Kandidaten zu finden. Betroffen von dieser Entwicklung sind insbesondere MINT-Berufsgruppen sowie Berufe aus dem Gesundheits- und Pflegebereich. Für die Energie- und Wasserwirtschaft, deren Arbeitnehmerstruktur einen besonders

sogenannte Employer Branding, also die Markenbildung der Unternehmen der Energie- und Wasserwirtschaft und die Positionierung als attraktiver und zukunftsorientierter Arbeitgeber als auch das Bewusstsein für die gesellschaftliche Relevanz unserer Arbeit – und das

lich unser Angebot des Multi-Channel-Postings, also das gleichzeitige Veröffentlichen von Stellenangeboten auf mehreren Jobportalen, nutzen. Dieses Zusatzangebot hilft, die Reichweite des einzelnen Jobangebotes individuell so zu optimieren, dass die Anzeige auch wirklich von potenziellen Interessenten gesehen wird.

Neben der Generierung von Reichweite stellt die datenschutzkonforme Abbildung des Recruiting-Prozesses für viele vor allem kleinere Branchenunternehmen eine zusätzliche Herausforderung dar. Wie kann das Berufsweltenportal hier helfen?

Gerade für kleinere und mittlere Unternehmen bietet unser Servicepaket große Vorteile. So ist der erstmalige Kontakt eines Bewerbers mit dem Unternehmen über eine entsprechende Schnittstelle ohne Umwege auch über das Berufsweltenportal möglich. Egal ob der Kandidat auf die Stellenausschreibung über das Berufsweltenportal oder eine unserer Partnerjobbörsen aufmerksam wurde, er kann sich in wenigen Schritten ganz unkompliziert um die Stelle bewerben und seine Unterlagen über das Berufsweltenportal direkt an den Personalverantwortlichen im Unternehmen versenden; und das datenschutzkonform im Sinne der aktuellen Datenschutzgrundverordnung (DSGVO).

Wird das Berufsweltenportal von den jungen Leuten auch angenommen?

In diesem Jahr werden wir erstmalig rund 150.000 Nutzer verzeichnen können – also 150.000 zu meist junge Besucher, die sich explizit nach Ausbildungs- und Jobmöglichkeiten in der Energie- und Wasserwirtschaft erkundigt haben. Das zeigt, dass unser Engagement aufgeht. Jetzt gilt es für alle Akteure der Branche mitzumachen, um die vielen Unternehmen und die zahlreichen spannenden und zukunftsorientierten Berufsfelder der Gas- und Wasserwirtschaft darstellen zu können – denn gemeinsam sind wir einfach besser! ■

Berufswelten Energie & Wasser

So einfach geht Recruiting 4.0!

Steigern Sie die Erfolgsaussichten Ihrer Personalsuche und schalten Sie Ihre Stellenanzeigen über das Online-Portal www.berufswelten-energie-wasser.de



Mit unserem Multiposting-Netzwerk erreichen Sie alle für Sie relevanten Jobbörsen.



Steigern Sie die Sichtbarkeit und Reichweite Ihrer Anzeige und die Zahl der Bewerber und Kandidaten.



Finden Sie schnell und einfach Zugang zu über 15.000* Fachkräften und Nachwuchstalenten (*Nutzer/Monat).

Mehr Informationen zu unseren reichweitenstarken Anzeigenpaketen erhalten Sie bei:

Berufswelten Energie & Wasser

Matthias Kruse, Telefon: 0228 9191 416

E-Mail: info@berufswelten-energie-wasser.de

c/o wvgw mbH, Josef-Wirmer-Str. 3, 53123 Bonn

Das Young-Professional-Programm des DVGW:

drei Fragen an Dr. Antje Rademacher

Dr. Antje Rademacher ist Referentin für Hochschulen und Nachwuchsförderung und koordiniert die Einführung des Young-Professional-Programms im DVGW.

Welche Ziele verfolgen Sie mit dem Young-Professional-Programm?

Mit dem Young Professional Programm fördert der DVGW gezielt den Einstieg junger Nachwuchskräfte in die Energie- und Wasserbranche, gleichzeitig wird die Bindung von jungen Fach- und Führungskräften an Branche und Verein gefestigt. Im Fokus steht neben der bundesweiten Vernetzung junger Berufseinsteiger und der Möglichkeit zur überfachlichen Weiterbildung insbesondere auch die Unterstützung beim Jobeinstieg durch erfahrene Experten der Branche, das sogenannte Mentoring. Darüber hinaus erhalten Young Professionals über die Teilnahme an Arbeitskreisen einen Einblick in die Arbeitsweise des DVGW.

Wie können sich die Unternehmen der Gas- und Wasserwirtschaft in dem Programm einbringen und warum lohnt sich der Einsatz?

Das Programm richtet sich an Studierende in der Endphase ihres Studiums sowie an junge Berufstätige mit Hochschul-, Meister- und Technikerabschluss bis 35 Jahre. Wenn wir diese Nachwuchskräfte für die Energie- und Wasserbranche gewinnen und sie sich hier entfalten und weiterqualifizieren können, ist das für die Branchenunternehmen von großem Vorteil.

Ganz konkret haben Unternehmen die Möglichkeit, sich beim Mentoring-Angebot zu beteiligen. Im Rahmen des Mentorings werden die jungen Nachwuchskräfte von einer erfahrenen Fachkraft ein Jahr lang

unterstützt. Auf diese Weise profitieren die Nachwuchskräfte, die sogenannten Mentees, vom Wissen qualifizierter Experten der Branche. Die Mentor*innen wiederum erhalten Zugang zu generationsübergreifendem Austausch und können gleichzeitig ihr Unternehmen und die Branche als attraktiven Arbeitgeber präsentieren.

Was muss ein Unternehmen konkret tun, um am Mentoring-Angebot teilzunehmen?

Zunächst einmal sollten sie Personen in ihren Unternehmen dafür gewinnen, junge Nachwuchskräfte als Mentorin oder Mentor zu unterstützen. Nach der Anmeldung lernen sich Mentor*in und Mentee im Rahmen einer gemeinsamen Auftaktveranstaltung kennen und vereinbaren die Details des bevorstehenden Mentoring-Jahres. Das beinhaltet sowohl den zeitlichen Rahmen als auch die inhaltlichen Schwerpunkte. Als Orientierung empfehlen wir einen vier- bis sechswöchigen Austausch, das kann aber von jedem Mentoring-Tandem ganz individuell umgesetzt werden. Auch die inhaltliche Ausgestaltung des Jahres mit Themen, wie z. B. Jobeinstieg, Karrierestart oder Netzaufbau, können von jedem Tandem im persönlichen Gespräch bestimmt werden. ■

„*Insbesondere in Zeiten des Fachkräftemangels halte ich Mentoring für ein sehr gutes Instrument, um Berufseinsteiger dabei zu unterstützen, ihren Weg ins Gas- und Wasserfach zu finden und im Berufsleben schneller Fuß zu fassen. Ich selbst wäre für ein solches Angebot dankbar gewesen und unterstütze diese Initiative des DVGW deshalb gern durch meine Mitarbeit als Mentor. Ich bin gespannt auf Einblicke in die Welt der Berufseinsteiger und freue mich auf hoffentlich viele Aha-Momente.*“

Boris Steiner, Leiter Erdgasnetz West, bnNETZE GmbH

Verbände-Kooperationen gegen den Fachkräftemangel

Ein Kommentar von **Mario Jahn**, Geschäftsführer der rbv GmbH und Ausschuss Personalentwicklung (AfP) des rbv e. V.



Nahezu jeden Tag lesen wir, dass der Fachkräftemangel die Leistungsfähigkeit der gesamten deutschen Wirtschaft zu gefährden droht. Und trotz steigender Ausbildungszahlen in der Baubranche kann bezüglich der Personalsituation keine Entwarnung gegeben werden. Um dem positiv zu begegnen, sind auf der Suche nach geeigneten Fachkräften Aktivität und Kreativität gefragt denn je. Dabei ist es unabdingbar, dass wir Akteure auf Verbandsebene und weitere Marktpartner an einem Strang ziehen, um die täglichen Aufgaben der Versorgungssicherung auch in Zukunft noch bewältigen zu können.

Denn der spürbar gewordene Fachkräftemangel betrifft nicht nur die planenden und bauausführenden Unternehmen, auch die Auftraggeber stellt er vor große Herausforderungen – mit wechselseitigen Folgen: Aufgrund der inzwischen vielerorts fehlenden Planungskapazitäten wird immer wieder der Versuch unternommen, Planungsaufgaben auf bauausführende Unternehmen abzuwälzen, für deren Übernahme diese ihrerseits kapazitiv nicht ausgestattet sind. Insgesamt fehlt ein Gesamtkonzept sowie die Festlegung von Prioritäten für alle im Leitungsbau zu erbringenden Bauaufgaben. Hier ist die Politik gefragt.

Branchenintern können wir Nachwuchs- und Ausbildungsthemen vor allem durch verbändeübergreifende Impulse nach vorne bringen. Auch deshalb haben wir uns gemeinsam mit weiteren Experten der Bildungsgremien der Branchenverbände AGFW, BDEW, DVGW und VDE dieses Jahr u. a. mit der Teilnovellierung der industriellen Metall- und Elektroberufe und dem Verteilnetz-

techniker beschäftigt. Ausführlich haben wir auch den Einsatz digitaler Lehr- und Lernmedien in der Ausbildung in der Energie- und Wasserwirtschaft beleuchtet. Die Neuordnung der Umweltberufe im Hinblick auf die Digitalisierung steht an, ebenso die Anpassung der Aufstiegsfortbildung zum Netzmeister. Eine Entscheidung der Frage, ob es zukünftig den „Berufsspezialisten“, den „Bachelor Professional“ oder den „Master Professional“ geben soll, steht noch aus. Mit neuen Technologien erwächst ein neuer Qualifizierungsbedarf, den es zu decken gilt. Auch das ist ein Thema, dem sich die Branche zukünftig verstärkt stellen muss. Wie regelwerkskonforme Berufsbildung und Nachwuchssicherung gelingen kann, dazu haben sich die Experten der

Verbände ebenfalls intensiv ausgetauscht und entwickeln nun zukunftsorientierte Lösungen.

Ein weiteres gemeinsames Projekt der Branchenverbände ist das Internetportal auf www.berufswelten-energie-wasser.de. Mit Hilfe dieser Plattform wollen wir gemeinsam die Attraktivität der Energie- und Wasserwirtschaft als Arbeitgeber erhöhen.

“ Auch auf der Seite der Auftraggeber spielt der Fachkräftemangel eine zunehmend wichtige Rolle. ”

hen bzw. uns überhaupt als potenzielle und zukunftsorientierte Arbeitgeber bekannt machen.

Der Fachkräftemangel wird uns noch die nächsten Jahrzehnte beschäftigen. Doch wir sollten die Situation nicht nur als Risiko begreifen. Vielmehr sollten wir aus der Not eine Tugend machen und uns auf der Suche nach geeigneten Fachkräften weiter gegenseitig unterstützen und neuen Ideen und Gedanken Raum geben. Mit den hier kurz skizzierten und weiteren verbändeübergreifend umgesetzten Projekten haben wir uns bereits auf einen guten und erfolgversprechenden Weg gemacht. ■

„Alte Hasen länger halten“: Mit älteren Beschäftigten den demografischen Wandel meistern

von: **Dr. Lydia Malin**, Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung im Institut der deutschen Wirtschaft



Wie verschiedene Studien des Kompetenzzentrums Fachkräftesicherung (KOFA) zeigen, nehmen die Engpässe im Bereich der Fachkräfte seit Jahren kontinuierlich zu. Heute mangelt es dabei insbesondere an Fachkräften ohne akademischen Abschluss. Die Gas- und Wasserwirtschaft ist durch den demografischen Wandel und die damit verbundene Alterung der Belegschaften vor besonders große Herausforderungen gestellt. Grund dafür ist, dass insbesondere Fachkräfte mit abgeschlossener Berufsausbildung und Spezialisten, wie z. B. Techniker oder Meister, in den für die Gas- und Wasserwirtschaft relevanten Berufen überdurchschnittlich alt sind (Abb. 1). Unter den Experten mit Hochschulabschluss ist die Altersstruktur dagegen ausgeglichener.

Aufgrund der ungünstigen Altersstruktur in den nicht-akademischen Berufen der Gas- und Wasserwirtschaft besteht dringender Handlungsbedarf. Selbst das steigende Engagement in der Nachwuchsausbildung wird nicht ausreichen, um die enormen Ersatzbedarfe in den kommenden Jahren decken zu können. Daher müssen Unternehmen zum einen ältere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter solange wie möglich im Unternehmen halten, zum anderen werden die sogenannten „Silver Ager“ zu einer unverzichtbaren Zielgruppe bei Neueinstellungen. Der Schlüssel zur Gewinnung und Bindung der „Generation 50plus“ liegt in einer guten Personalarbeit, die auf die Bedürfnisse Älterer eingeht und ihre vielfältigen Kompetenzen

sowie ihr Erfahrungswissen wertschätzt.

Das Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung unterstützt kleine und mittelgroße Unternehmen (KMU) dabei, ihre Personalarbeit dahingehend zu optimieren: Die KOFA-Handlungsempfehlung „Ältere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter rekrutieren“ [1] zeigt z. B. auf, wie KMU gezielt Ältere für ihr Unternehmen gewinnen können. Bereits bei der Formulierung von Stellenanzeigen kann beispielsweise hervorgehoben werden, dass die Bewerbung Älterer ausdrücklich erwünscht ist und Erfahrung wertgeschätzt wird. Das Praxisbeispiel der Wicke GmbH und Co. KG [2] zeigt, wie eine Altersstrukturanalyse dabei helfen kann, schon heute die richtigen Maßnahmen zu ergreifen, um auch mit einer alternden Belegschaft zukunftsfähig zu sein. Im Podcast „KOFA auf dem Sofa“ [3] wiederum wird erklärt, wie die Personalarbeit für die „Generation 50plus“ gestaltet werden kann. Zudem wird gezeigt, dass altersgemischte Teams mit der richtigen Führung besonders produktiv sein können – denn junge Fachkräfte mögen vielleicht schneller sein, doch die Älteren kennen die Abkürzungen. ■

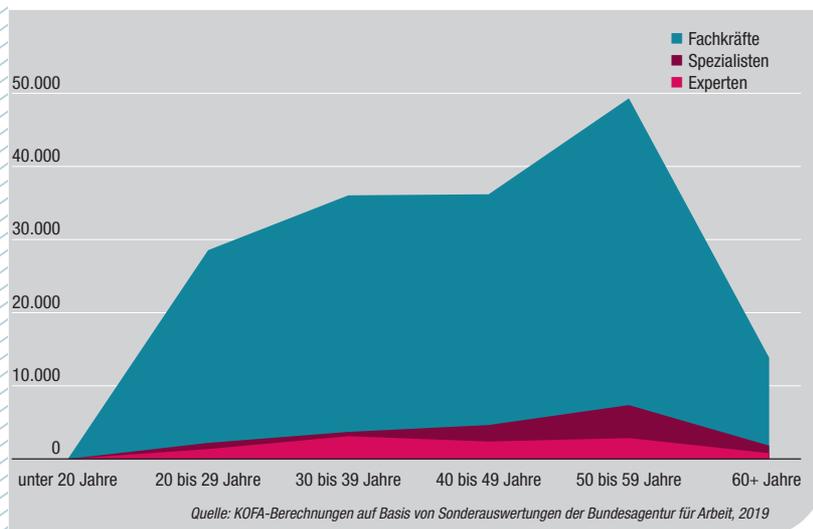


Abb. 1: Die Altersstruktur in für die Gas- und Wasserwirtschaft relevanten Berufen nach Qualifikationsniveau. Durchschnittliche Anzahl der Beschäftigten an der jeweiligen Altersgruppe, 2018

Literatur

- [1] www.kofa.de/mitarbeiter-finden-und-binden/mitarbeiter-finden/wen-rekrutieren/aeltere
- [2] www.kofa.de/personalarbeit-analysieren/personalbedarf-planen/praxisbeispiele/altersstrukturanalyse
- [3] www.youtube.com/watch?v=JWbut5FfJjU

10 gute Gründe für eine Ausbildung in der Energie- und Wasserwirtschaft

1. Verantwortungsvoll und abwechslungsreich

Die Jobs in der Energie- und Wasserwirtschaft ermöglichen eigenverantwortliches Arbeiten in abwechslungsreichen Themenfeldern und stellen hohe Anforderungen an das persönliche Verantwortungsgefühl.

2. Große gesellschaftliche Bedeutung

Die Mitarbeiter*innen der Energie- und Wasserwirtschaft sichern unsere Grundversorgung mit Energie und Trinkwasser – ein Job mit höchster Priorität für unsere Gesellschaft.

3. Sinnvoll und nachhaltig

Die Energie- und Wasserbranche gestaltet nicht nur die Energiewende, sondern dient auch dem Ressourcen- und Umweltschutz. So wird eine bessere Zukunft für unsere Kinder geschaffen.

4. Zukunftssicher

Arbeitsplätze in der Energie- und Wasserwirtschaft sind sicher. Eine berufliche Ausbildung und die damit verbundenen Qualifikationen schützen langfristig vor Arbeitslosigkeit.

5. Gute Übernahmechancen

Eine Ausbildung ist die Eintrittskarte ins Berufsleben. Rund zwei Drittel der Auszubildenden werden von ihren Ausbildungsbetrieben übernommen.

6. Gute Verdienstmöglichkeiten

Die industriellen Berufe in der Energie- und Wasserwirtschaft sind in der Ausbildung deutlich besser bezahlt als andere Berufe. Das ermöglicht bereits während der Ausbildung ein Stück weit finanzielle Unabhängigkeit.

7. Gute Weiterentwicklungschancen

Ausgebildete Fachkräfte können durch berufliche Fortbildung, z. B. zum Meister, ihr Gehalt deutlich erhöhen und sind oft gleichauf mit Bachelorabsolventen.

8. Zukunftsorientiert

Die Energiewende und die Industrie 4.0 sind zwei große Bausteine des umfassenden Wandels unserer Gesellschaft, zu denen die Jobs in der Energie- und Wasserwirtschaft beitragen.

9. Flexibel und vielfältig

Duale Studiengänge verbinden eine Ausbildung mit einem Studium oder können berufsbegleitend absolviert werden. Wer erst einen Beruf lernen und arbeiten möchte, kann später noch studieren. Das geht sogar ohne Abitur, denn eine Ausbildung und Berufserfahrung gelten als Hochschulzugangsberechtigung.

10. Internationale Perspektiven

Das deutsche Bildungssystem und die Verbindung von praktischer Arbeit und theoretischem Unterricht gelten als vorbildlich. Mit dem praktischen Know-how hat man auch international beste Berufschancen.

Mehr Informationen zum Thema finden Sie unter
www.berufswelten-energie-wasser.de