

Arbeit

Digitalisierung

Energiewende

Finanzen

Internationalisierung

Nachfolge

„Es hat sich bewährt, den Nachwuchs selber auszubilden“

**Interview mit Timo Weber | VISCO JET Rührsysteme GmbH
Best Practice Beispiel – Ausbildung im Mittelstand**

17. August 2020

Kontakt zur Redaktion:
Deutscher Mittelstands-Bund (DMB) e.V.
Grafenberger Allee 125
40237 Düsseldorf

www.mittelstandsbund.de
Tel. +49 (0) 211 / 2005 25-0
Fax +49 (0) 211 / 2005 25-99
Mail: info@mittelstandsbund.de

Herausgeber (V.i.S.d.P.):
Marc S. Tenbieg
Geschäftsführender Vorstand
meinung@mittelstandsbund.de

Timo Weber¹

„Es hat sich bewährt, den Nachwuchs selber auszubilden“

Interview mit Timo Weber | VISCO JET Rührsysteme GmbH

Der Azubi-Mangel ist allgegenwärtig: 2019 blieben deutschlandweit über 53.000 Ausbildungsstellen unbesetzt. Besonders betroffen ist der Mittelstand – denn 8 von 10 Azubis absolvieren ihre Ausbildung in kleinen und mittleren Unternehmen.

Timo Weber, Geschäftsführer der VISCO JET Rührsysteme GmbH, erzählt im Interview, mit welchen Maßnahmen er es trotzdem schafft, Auszubildende zu gewinnen und welchen Stellenwert die Ausbildung für sein Unternehmen hat.

DMB: Herr Weber, stellen Sie Ihr Unternehmen bitte zunächst kurz vor.

Timo Weber (VISCO JET): Wir sind ein mittelständisches Familienunternehmen aus dem südbadischen Küssaberg mit 32 Beschäftigten und gehören im weiteren Sinne zu den Maschinenbauern. Wir bieten kundenindividualisierten Rührwerklösungen für verschiedene Industrien an – etwa die Lebensmittelindustrie, die Kosmetikbranche oder die Pharma- und Chemieindustrie.

Wie viele Ausbildungsplätze bieten Sie an und in welchen Bereichen kann man bei Ihnen eine Ausbildung absolvieren?

Wir bieten insgesamt sechs Ausbildungsplätze in drei verschiedenen Ausbildungsberufen: Industriekaufmann, technischer Produktdesigner und Mechatroniker. Etwa jeder fünfte unserer Mitarbeiter ist Auszubildender – die Ausbildung hat damit bei VISCO JET einen besonderen Stellenwert.

Was ist Ihre Motivation, sich in der dualen Berufsausbildung zu engagieren und Ausbildungsplätze anzubieten?

Unser Ausbildungsengagement hat zwei Gründe. Zum einen sind wir natürlich auf Fachkräfte angewiesen. Aufgrund des mittlerweile vorherrschenden Fachkräftemangels, der insbesondere technische Berufe betrifft, wird es immer schwieriger, qualifizierte Mitarbeiter zu finden. Bei uns hat es sich einfach bewährt, den **Nachwuchs selber auszubilden**. Denn so hat man in der

¹ Timo Weber leitet den mittelständische Rührwerkspezialisten [VISCO JET](#) seit 2013. Das DMB-Mitgliedsunternehmen sitzt im baden-württembergischen Küssaberg in unmittelbarer Nähe zur Schweizer Grenze und beliefert Kunden aus der ganzen Welt mit individualisierten Rührwerklösungen.

Ausbildung schon die Möglichkeit, Werte und Kenntnisse zu vermitteln, die für das eigene Unternehmen besonders wichtig sind. Zudem ist es auch eine ökonomische Entscheidung: Wenn wir einen Auszubildenden nach Abschluss der Lehre übernehmen, ist das in Regel günstiger, als eine bereits ausgebildete Fachkraft am Markt zu suchen.

Hinzu kommt mein **persönlicher Antrieb**. Ich hatte selber auch immer Menschen, die mich gefördert haben. Das möchte ich als Unternehmer gerne an die nächste Generation weitergeben.

Haben Sie Schwierigkeiten bei der Besetzung von Ausbildungsstellen?

Hier muss man zwischen den Ausbildungsberufen unterscheiden. Für die kaufmännischen Stellen haben wir eigentlich immer genügend Bewerbungen mit entsprechender Qualität. Probleme gibt es allerdings bei den **technischen Ausbildungsberufen**. Im technischen Bereich, wo noch Handwerk gefragt ist, sehen wir eine klare Tendenz, dass es **immer schwieriger wird, geeignete Kandidaten zu finden**. Dieser Bewerbermangel hat sich in den letzten Jahren definitiv verschärft.

Wie machen Sie junge Menschen aus Ihrer Region auf Ihr Unternehmen aufmerksam?

Wir fahren mehrgleisig, um qualifizierte Auszubildende zu gewinnen. Einerseits gehen wir zu regionalen **Ausbildungsbörsen** – andererseits sind wir auf mehreren **Social-Media-Kanälen**, wie Facebook oder Instagram aktiv, um unsere Stellen zu bewerben. Zusätzlich bieten wir regelmäßig **Schülerpraktika** an. Mehrere dieser Praktikanten konnten wir im Anschluss dann in ein Ausbildungsverhältnis übernehmen.

Haben Sie einen speziellen Personalverantwortlichen, der sich um die Rekrutierung und Betreuung von Auszubildenden kümmert oder ist die Ausbildung bei Ihnen „Chefsache“?

Früher habe ich mich alleine um das Thema Ausbildung gekümmert. Seit einem guten Jahr haben wir jetzt eine **Ausbildungsverantwortliche**, die auch selber ihre Ausbildung bei uns absolviert hat und sich seit ihrer Übernahme um die Betreuung der Azubis kümmert.

Bieten Sie Ihren Auszubildenden besondere Leistungen, um sie für eine Ausbildung in Ihrem Unternehmen zu gewinnen?

Wir bezuschussen eine betriebliche Altersvorsorge, von der auch unsere Azubis profitieren. Besonders wichtig ist für mich aber eine **attraktive Gestaltung der Ausbildung**. Für unsere Unternehmensgröße haben wir ein sehr umfangreiches Ausbildungskonzept. Das schließt ein, dass die Azubis während ihrer Ausbildung alle Abteilungen durchlaufen – unabhängig vom Ausbildungsberuf. So schaffen wir Abwechslung und bieten die Möglichkeit, ein vollumfängliches Bild von unserem Unternehmen zu bekommen.

Ein weiterer wichtiger Bestandteil der Ausbildung sind die **Azubi-Projekte**, bei denen alle Auszubildenden zusammenkommen und eine Aufgabe bearbeiten. So können sie viel lernen, als Team zusammenwachsen und gemeinsam Verantwortung übernehmen. Ein Beispiel: eines unserer ersten Projekte war das „Müll-Projekt“, bei dem sich die Azubis überlegt haben, wie und wo man Müll im Unternehmen reduzieren kann.

Wir wollen jungen Menschen einfach eine bestmögliche Ausbildung bieten und vor allem die richtigen Anreize zur persönlichen Weiterentwicklung setzen. Wenn man da ein gutes Bild abgibt, sprechen die Jugendlichen in ihrem Bekanntenkreis über das eigene Unternehmen und dann steigt auch wiederum der Bekanntheitsgrad als Ausbildungsbetrieb.

Was raten Sie mittelständischen Unternehmen, die Schwierigkeiten bei der Besetzung von Ausbildungsplätzen haben?

Grundsätzlich sollte man als Unternehmen zunächst festlegen, welchen Stellenwert die Ausbildung hat. Wir haben bei uns im Unternehmensleitbild fest verankert, dass wir ein attraktiver Arbeitgeber sein wollen und uns als Familienunternehmen verstehen. Da gehört das Thema Ausbildung für mich zwingend dazu.

Wenn das klar ist, muss man mehrere Maßnahmen strategisch zusammenführen. Meine Kernbotschaft ist: Es braucht ein **ganzheitliches Konzept**, um Auszubildende zu gewinnen und zu halten. Dazu gehören neben Rekrutierungs- und Werbemaßnahmen vor allem ein attraktives Ausbildungsangebot und eine persönliche Betreuung im Betrieb.

Zudem sollte man **gezielt auf die Suche nach Bewerbern gehen**. Ich vergleiche das gerne mit der Kundenakquise. Da müssen wir ja auch aktiv sein, um neue Kunden zu gewinnen. Gleiches gilt für Ausbildungsbewerber – auch da befinden wir uns in einem Marktumfeld. Die Zeiten, in denen man von Bewerbern überrannt wurde, sind einfach vorbei. Deshalb muss man sich entsprechend anpassen und neue Wege gehen.

Welche Unterstützung wünschen Sie sich von der Politik?

Wir können uns in Deutschland glücklich schätzen, dass wir die Berufsausbildung mit dieser hohen Qualität haben. Das duale System ist ein weltweites Unikum. Deshalb sollte die Politik die duale Ausbildung stärken. Der Azubi-Mangel ist zum Teil ein hausgemachtes Problem. Jahrelang lautete die Botschaft: Ihr müsst studieren, um was zu werden. In der Folge fehlt uns jetzt die breite Masse an Fachkräften mit Berufsausbildung. Die Förderung der Ausbildung sollte deshalb wieder in den politischen Fokus rücken.

Die Grundlage dafür ist das Schulsystem. Hier wurde lange Zeit viel zu wenig investiert, insbesondere in die technische Ausstattung. Da gibt es ganz klar Nachholbedarf.

Vielen Dank für das Gespräch!