

Beruf Gastgeber

Warum Ulrich Fischer seine
Modehäuser unter einer Dachmarke vereint und
Kunden wie Gäste behandelt

Umdenken

Wie die Vereinbarkeit von
Beruf und Familie gelingt

Aufräumen

Welche Regalstrategien
den Umsatz treiben

ERST MAL DANKE

Eine **Ausbildung im Handel** machen? Das wirft viele Fragen auf. Eine Infomesse in Berlin müht sich um Antworten. Doch der Dialog mit der Jugend hat seine Tücken.

Text: Martin Jahrfeld



Komplizierte Entscheidung:

Wer die ersten Schritte ins Berufsleben unternimmt, dem fällt es häufig schwer, sich zu orientieren. Die Ausbildungsbetriebe im Alexa bemühen sich um den Abbau von Schwellenängsten.

Die Welt der 16-Jährigen zu verstehen, ist nicht einfach. Auch dann nicht, wenn man 16 ist. Die kleine Gruppe der Jugendlichen, die sich vor dem Eingang des Media-Markts im Berliner Shoppingcenter Alexa eingefunden hat, wirkt ein wenig verloren. Dabei soll es doch an diesem Tag um ihre Zukunft gehen. „Was habt ihr denn für Hobbys?“ fragt Ausbildungsleiterin Belgin Demirci und blickt erwartungsvoll in die Runde. Die Jugendlichen schauen ein wenig verlegen, ein Lockenkopf murmelt Unverständliches, ein anderer ist noch nicht auf Sendung und muss erst die Kopfhörer von den Ohren nehmen. Frau Demirci lässt sich nicht beirren und fährt fort: „Wer bei Media-Markt eine Ausbildung macht, hat viele Möglichkeiten. Ihr arbeitet in unterschiedlichsten Abteilungen, lernt zu verkaufen und mit Menschen zu arbeiten, aber auch viel über Technik, Logistik und andere Bereiche. Aber es bedeutet auch, dass ihr oft am Samstag ar-

beitet und sogar an verkaufsoffenen Sonntagen. Das fällt nicht immer leicht, daran muss man sich erst gewöhnen.“

Frau Demirci blickt wieder in die Runde. Doch aus den Gesichtern der Jugendlichen lässt sich wenig herauslesen. Sind sie gelangweilt? Wollen sie nur, dass es schnell vorübergeht? Oder sind es auch Unsicherheit und Angst angesichts einer Realität, die so viel handfester wirkt als die Welt auf Instagram und Facebook? „Naja“, sagt Frau Demirci freundlich, „wir machen erst mal den Rundgang durch die Filiale und schauen hinter die Kulissen. Dann habt ihr einen besseren Eindruck und sicher auch die eine oder andere Frage.“

Mit ihrer Aufgabe, Jugendliche für eine Laufbahn im Handel zu interessieren, ist die junge Media-Markt-Mitarbeiterin an diesem Tag nicht allein. Im großen Atrium des Einkaufszentrums haben ein knappes Dutzend weiterer Center-Mieter ihre In-

fostände aufgebaut, um sich der Hauptstadtjugend als Ausbilder und Arbeitgeber zu empfehlen. Die Buchhandelskette Thalia bietet eine Tour durch ihre dreistöckige Filiale, die Modemarke WE Fashion lockt mit Modelfotos für ein Traineeprogramm, zwei Optiker suchen Jugendliche mit „handwerklichem Geschick“, und McDonald's verspricht einen „Masterplan für deine Zukunft“.

Das 2007 eröffnete Shoppingcenter Alexa ist eigentlich ein idealer Ort, um auch diese Klientel an die Arbeitswelt des Handels heranzuführen. Die frequenzstärkste Mall der Hauptstadt quillt am Nachmittag oft über von Jugendlichen, die sich vor allem von den zahlreichen günstigen Modemarken wie Zara oder H&M angezogen fühlen. Ein Starbucks-Café, ein buntes Fast-Food-Areal mit preis-

Überzeugungsarbeit: Wer junge Menschen für eine Karriere im Handel gewinnen will, braucht gute Argumente. Media Markt (unten) lockt mit breit gefächerten Ausbildungsinhalten und einem bekannten Namen.



Goodies und Give-aways: Die Modekette WE Fashion (oben) präsentiert sich den Jugendlichen als trendiger Arbeitgeber.

Die zweitägige Ausbildungsmesse unter dem Motto „Deine Zukunft beginnt hier“ ist eine Neuheit in der Mall, doch Center-Manager Oliver Hanna würde daraus gerne eine regelmäßige Veranstaltung machen. Die meisten seiner rund 180 Mieter müssen in Sachen Ausbildung etwas unternehmen. Der Azubi-Mangel im Handel droht sich in den nächsten Jahren zu verschärfen: 2015 blieb jeder zwölfte Ausbildungsplatz im Handel unbesetzt. Rund die Hälfte aller Schulabgänger macht mittlerweile Abitur – Tendenz steigend. Auch wer Fachabitur oder mittlere Reife in der Tasche hat, bevorzugt meist eher einen Bürojob als eine Ausbildung im Handel. Unterhalb dieses Levels sieht es oft nicht erfreulicher aus: In der Hauptstadt verlässt jeder neunte Jugendliche die Schule ohne Abschluss. Offenbar zeigt sich in solchen Zahlen Unlust und Bildungsferne. Es sind Eigenschaften, die nicht nur in Berlin weit über das Milieu der Schulabbrecher hinausreichen.

werten Imbissen sowie die weitläufigen Wandelgänge sind ideale Orte, um Freunde zu treffen, Trends abzuchecken und sich altersgemäßer Selbstinszenierung hinzugeben. „Wir sind nicht nur eines der beliebtesten Center in Berlin, sondern bieten auch 3 000 Arbeitsplätze. Da liegt es nahe, dass wir diese vielseitigen Berufsfelder gemeinsam mit unseren Mietern präsentieren und jungen Menschen die Möglichkeit bieten, sich optimal über den Berufseinstieg zu informieren“, argumentiert Center-Manager Hanna.

WELTMEISTER ALS VORBILD

Auch die Ausbildungsberater der Agentur für Arbeit wollen den Jugendlichen an diesem Ort näherkommen. Auf dem Infotisch der Behörde liegen Publikationen wie das „Lexikon der Ausbildungsberufe“ und das Berufswahlmagazin „planet-beruf“, auf dessen Titel ein perfekt gestylter Mario Götze →

Treffpunkt Shopping-Mall:

Das Berliner Alexa ist bei Jugendlichen eine beliebte Adresse. Doch als Arbeitsplatz gilt es das Gebäude noch zu entdecken.



der Jugendlichen sei größer denn je. Viele hätten hinsichtlich ihrer beruflichen Möglichkeiten überzogene Erwartungen, Eigenmotivation und fachliches Interesse aber seien gering ausgeprägt. Durch die Digitalisierung würden viele Jugendliche heute in einer eigenen, abgeschotteten Welt leben. „Das merkt man vor allem an den schlampigen Bewerbungen. Früher haben noch die Eltern oder die ältere Schwester darüberschaut – heute macht das niemand mehr.“ Am Nachbarstand, wo Ausbildungsleiterin Inka Gerber ihr Publikum für eine Karriere bei der Modekette WE Fashion zu interessieren versucht, ist die Lage kaum entspannter: „Bei den Jugendlichen hat es sich herumgesprochen, dass die Nachfrage nach Azubis groß ist“, berichtet die junge Frau. Die daraus resultierenden Anspruchshaltungen und Erwartungen der Jugendlichen seien von den Handelsunternehmen nicht immer leicht zu erfüllen.

Media-Markt-Ausbildlerin Demirci empfindet das ähnlich, erlebt das Ganze aber eher als einen Prozess mit oft glücklichem Ausgang. Eine schlampige Bewerbung sei natürlich schlecht, aber eben auch nicht das Maß aller Dinge: Im Verlauf des Bewerbungsprozesses sei der Umgang mit den jungen Leuten oft schwierig, doch nach Eintritt ins Unternehmen würde sich dies schnell ändern. „Dann können wir

die Jugendlichen unter unsere Fittiche nehmen, positiv auf sie einwirken und Sicherheit und Orientierung vermitteln.“ Denn viele Azubis, sagt Frau Demirci, seien ja noch kaum erwachsen, Verständnis und emotionale Fürsorge könnten vieles zum Besseren wenden.

LIEBER WAS MIT TIEREN

Media-Markt-Verkaufsleiter Thomas Müller macht deutlich, dass es daran in seinem Unternehmen nicht mangelt: „Bei uns bleibt keiner allein. Wir kümmern uns um jeden Einzelnen, erklären und fördern, wo wir können, und haben auch ein offenes Ohr für eure persönlichen Anliegen“, sagt Müller zu der kleinen Gruppe, die ihre Tour inzwischen beendet hat. In 60 Minuten haben die jungen Leute die einzelnen Verkaufsabteilungen kennengelernt, Warenanlieferung und -auslieferung besichtigt, einen Blick in Kantine und Telefonzentrale geworfen und ins Büro des Chefs reingeschnuppert. Jetzt stehen sie in der Abteilung für Haushaltsgeräte zwischen Haartrocknern und Waschmaschinen und scheinen immer noch nicht so recht zu wissen, was sie von all dem halten sollen. Verkaufsleiter Müller legt noch mal nach: „Wir wollen natürlich, dass ihr euch als Verkäufer gut mit den Produkten auskennt. Deshalb können unsere Mitarbeiter viele Artikel mit nach Hause nehmen, um sie dort ausführlich zu testen und kennenzulernen. Wo kann man das sonst?“ Die Info ist offensichtlich ein Treffer. Durch die Gruppe geht ein wohlwollendes Raunen. Die neueste X-Box, den neuesten Flachbildschirm, den neuesten Kopfhörer daheim und mit Freunden ausprobieren – das wäre schon was.

Doch die wichtigste Frage des Tages steht noch aus: „Wer von euch kann sich denn nach all diesen Eindrücken eine Ausbildung im Handel vorstellen?“, fragt Frau Demirci und blickt wieder in die Runde. Zwei von vierzehn Armen gehen zaghaft in die Höhe. Ein Mädchen in der Gruppe wackelt unschlüssig mit dem Kopf. Handel fände sie schon ganz gut, aber nicht unbedingt Elektronik, eher was mit Tieren. Zwei Jungs aus der Gruppe aber holen ein DIN-A4-Blatt aus der Tasche, um es schüchtern zu überreichen. „Ah, eure Lebensläufe. Das ist ja schön. Habt ihr auch ein Anschreiben dazu?“, fragt Frau Demirci. Nein, ein Anschreiben haben die beiden leider nicht. „Davon wussten wir nichts. Das hat uns niemand gesagt“, erklärt der Größere. „Aber auf dem Lebenslauf steht auch meine Telefonnummer, da könnten Sie mich ja dann anrufen.“

Zweifellos: Das war jetzt nicht die Antwort, die man sich als Arbeitgeber wünschen würde. Andererseits: Die Welt der 16-Jährigen ist nicht einfach. Frau Demirci lächelt nachsichtig. „Na, erst mal Danke. Schauen wir, was daraus wird.“ □



