

Lehrlingsoffensive Dale Carnegie will Lehrlinge mit einem eigenen Ausbildungsprogramm fit für die Karriere machen

„Wertschätzung ist eine absolute Notwendigkeit“

Clemens Widhalm und Elfriede Gerdenits von Dale Carnegie sprachen mit **medianet** über Soft Skills, quantitative Engpässe bei Lehrlingen und „Survival of the Fittest“.

Wien. Der Kampf um die passende Lehrlingsstelle wird für die heimischen Jugendlichen zunehmend zum „Survival of the Fittest“ – oder wie es Clemens Widhalm, Managing Partner bei Dale Carnegie Austria, zum Ausdruck bringt: „Die jungen Menschen raufen um die besten Lehrstellen.“ Im Juli waren 10.336 Personen beim Arbeitsmarktservice (AMS) als lehrlingsstellsuchend gemeldet.

„Wer sein Image nicht auf Vordermann bringt, bekommt am Ende nur die Bröselkandidaten.“

**ELFRIEDE GERDENITS
DALE CARNEGIE**

Demgegenüber ist die Zahl der offenen Lehrstellen 2009 auf 3431 zurückgegangen. Die Folge: Statistisch gesehen müssen sich jetzt drei Jugendliche um eine offene Stelle raufen, vor einem Jahr betrug das Verhältnis erst 2,3 Suchende pro offener Stelle.

Hohes Lehrstellenniveau

Diese Zahlen seien durchwegs dramatisch, wie Elfriede Gerdenits, Business Coach bei Dale Carnegie, im Gespräch mit **medianet** betont. Jedoch müsse man den massiven Anstieg gegenüber den vorangegangenen Jahren relativieren: „2007 und 2008 hatten wir ein extrem hohes Lehrstellenniveau“, so Gerdenits weiter.

Die Statistik ändere aber nichts daran, dass die Anforderungen an die Lehrlinge zunehmend wachsen werden: „Die jungen Menschen müssen einerseits mobiler werden – Stichwort: Ost-West-Gefälle – und andererseits noch mehr Eigeninitiative zeigen als frühere



Clemens Widhalm und Elfriede Gerdenits sehen Lehrlinge als die großen Hoffnungsträger der heimischen Wirtschaft.

Generationen“, umreißt die ehemalige Ö3-Jobtrainerin die großen Aufgaben für die Zukunft.

Ob das eine neue Herausforderung für die Schulen des Landes ist? „Die Schulen sind zwar die Nahtstelle zur Wirtschaft, die Lehrer sind aber dahingehend nicht ausgebildet“, glauben die beiden Dale Carnegie-Berater. Vielmehr sei diesbezüglich die Wirtschaft selbst gefragt.

In einem ersten Schritt wolle man daher bei Dale Carnegie mit gutem Beispiel vorangehen und Lehrlinge mittels eines speziellen Ausbildungsprogramms fit für die Karriere machen: „Es geht dabei um einfache und grundsätzliche Sachen“, wie Widhalm betont: „Wir wollen den Jugendlichen bei der Persönlichkeitsentwicklung helfen und ihnen mehr Selbstvertrauen zuteil werden lassen – anders formuliert lehren wir Soft Skills, damit harte Facts am Ende auch sichtbar sind“, beschreibt er das hauseigene Programm generation next.

Insgesamt werden die Lehrlinge vier Tage mit einem erfahrungsorientierten Ansatz konfrontiert. „Wobei wir nicht am Block, sondern in

gewissen Intervallen trainieren, damit sie das Gelernte gleich an the job anwenden und so viele kleine Erfolgserlebnisse sammeln können“, so Widhalm weiter.

Bisher wurden in diesem Programm um die 100 Lehrlinge betreut, wobei die treibende Kraft in erster Linie der Lehrstellengeber

ihre Lehrlinge als Kapital und externe Weiterbildungsmaßnahmen als Möglichkeit, junge Talente an sich zu binden“, wie Gerdenits betont. Schließlich seien die Lehrlinge von heute die Führungspersonlichkeiten von morgen: „Man muss die Jugendlichen ernst nehmen und ihnen mit Respekt begegnen.“

„Kulturelles Statement“

Für Widhalm ist die Investition in die Lehrlinge eine Form von „kulturellem Statement“: „Durch diese Herangehensweise steigt die Mitarbeitermotivation und in Folge dessen auch der Profit. Ein wertschätzender Umgang mit Mitarbeitern ist kein Luxus, sondern eine Notwendigkeit.“

Diese Notwendigkeit werden manche Unternehmen in den nächsten Jahren durch die geburtenstarken Jahrgänge auf die harte Tour lernen müssen, glaubt Gerdenits: „Zum qualitativen Engpass kommt dann der quantitative Engpass. Und wer sein Image als wertschätzender Arbeitgeber bis dahin noch nicht auf Vordermann gebracht hat, bekommt nur mehr die ‚Bröselkandidaten‘.“ (jave)

„Wir lehren Soft Skills, damit am Ende auch harte Facts sichtbar sind.“

**CLEMENS WIDHALM
DALE CARNEGIE**

war. So entsandten etwa Mayr Melnhof, Erste Group, Rewe, Spar und Ikea ihre Auszubildenden in die Dale Carnegie-Schulungen. Was die Motivation für Unternehmen sei, ihre Lehrlinge in eine kostenpflichtige Weiterbildungsmaßnahme zu „stecken“? „Serious Firmen sehen