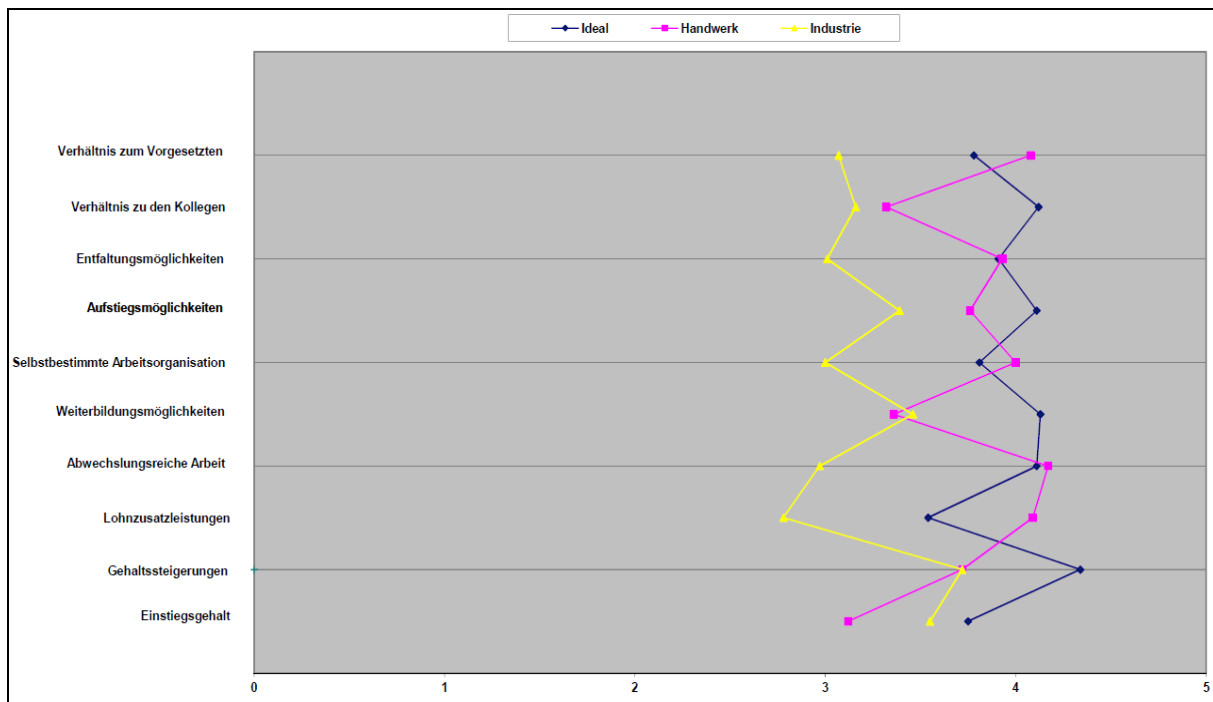


Trotz einer recht hohen Arbeitszufriedenheit junger Fachkräfte im Handwerk besteht in vielen Bereichen noch Handlungsbedarf, um diese längerfristig ans Unternehmen zu binden

Lange Zeit haben Handwerksunternehmen weit über ihren eigenen Bedarf hinaus Fachkräfte ausgebildet und damit auch andere Wirtschaftsbranchen mit wertvollem Humankapital versorgt. Vor dem Hintergrund des demografischen Wandels stellt die zunehmende Abwanderung von jungen Fachkräften nach Ende der Ausbildung mittlerweile eine immer größere Herausforderung dar.

Eine hohe Beschäftigungsqualität und Arbeitszufriedenheit stellen die Grundvoraussetzungen dar, um wertvolle Fachkräfte längerfristig an Handwerksunternehmen binden zu können. Die Untersuchung liefert deshalb zunächst Hinweise auf die Arbeitszufriedenheit im Handwerk. Zwei empirische Befragungen unter 100 jungen, bayerischen Fachkräften aus acht Gewerken (Bäcker, Feinwerkmechaniker, Friseur, Installateur und Heizungsbauer, Kraftfahrzeugmechatroniker, Maurer-/Betonbauer, Metallbauer und Zahntechniker) aus den Jahren 2009 und 2010 bilden dabei die Grundlage der Analyse.

Abbildung 1 zeigt eine deskriptive Auswertung der Arbeitszufriedenheit der befragten Fachkräfte. Die jungen Fachkräfte sollten auf einer fünfstufigen Skala angeben, wie häufig die untenstehenden Arbeitsplatzfaktoren im Handwerks- und Industriesektor vorzufinden sind (1 = "Gar nicht vorhanden", 5 = "Sehr häufig vorhanden"). Zusätzlich sollten sie ebenfalls auf einer fünfstufigen Skala ankreuzen, wie wichtig ihnen diese Arbeitsplatzfaktoren generell sind (1 = "Gar nicht wichtig", 5 = "Sehr wichtig"). Die rosa Linie mit den Quadraten symbolisiert den Mittelwert der Antworten in Bezug auf den Handwerkssektor, die gelbe Linie mit den Dreiecken den Mittelwert der Antworten hinsichtlich der Industrie und die blaue Linie mit den Rauten den Mittelwert der Antwort mit Blick auf die Idealvorstellung der jungen Fachkräfte. Besonders positiv beurteilen die jungen Fachkräfte den Handwerkssektor hinsichtlich des Abwechslungsreichtums bei der Arbeit, den Lohnzusatzleistungen und des Verhältnisses zum Vorgesetzten. Besonders negativ schätzen die Befragten das Einstiegsgehalt, das Verhältnis zu den Kollegen sowie die Weiterbildungsmöglichkeiten ein.



Um belastbare Aussagen darüber treffen zu können, welche dieser Arbeitsplatzfaktoren tatsächlich einen maßgeblichen Einfluss darauf haben, dass Fachkräfte im Handwerkssektor bleiben, ist eine tiefere statistische Analyse notwendig. Diese statistische Analyse kommt zu dem erstaunlichen Ergebnis, dass monetäre Anreize (Einstiegsgehalt, Gehaltssteigerungen, Lohnzusatzleistungen) bei den befragten jungen Fachkräften keinen maßgeblichen Einfluss auf den Verbleib im Handwerk haben. Bei diesem Ergebnis ist zu bedenken, dass viele Fachkräfte im Handwerkssektor monetären Anreizen im Allgemeinen wenig Bedeutung bei der Wahl des Unternehmens beimessen; somit können auch mögliche Lohnunterschiede zwischen dem Handwerk und anderen Wirtschaftsbereichen bis zu einem gewissen Niveau nicht maßgeblich den Verbleib der jungen Fachkräfte im Handwerkssektor beeinflussen. Vielmehr bieten sich nicht-monetäre Anreize als Bindungsinstrumente an. In der Befragung stellen (frühzeitige) Übernahmeangebote, das Arbeitsklima sowie die Weiterbildungsmöglichkeiten maßgebliche Entscheidungsfaktoren für das Handwerk als Arbeitgeber dar.

Die Ergebnisse liefern zahlreiche personalpolitische Ansatzpunkte für die Fachkräfte-sicherung im Handwerk. Verschiedene Institutionen aus dem Handwerkssektor, wie beispielsweise Bildungszentren, Handwerkskammern, Innungen oder der ZDH können bei der Sicherung junger Fachkräfte durch eine entsprechende Öffentlichkeitsarbeit unterstützen. Gerade moderne Kommunikationsmittel wie das Internet und darin angesiedelte soziale Netzwerke (z. B. Facebook), sprechen die Mehrheit der jungen Fachkräfte an und bieten sich daher für die Darstellung der Stärken des Handwerkssektors im Bereich der nicht-monetären Entscheidungsfaktoren an. Die Imagekampagne macht bereits erfolgreich von modernen Kommunikationsmitteln Gebrauch (z. B. Facebook oder Twitter), um das Image des Handwerks mittels verschiedener Botschaften in der Öffentlichkeit zu verbessern. Mit Blick auf die Verbesserung des Verhältnisses zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern (Arbeitsklima) kann die regelmäßige Einladung zu Gesprächsrunden beispielsweise auf Unternehmensebene dazu beitragen, frühzeitig Kritik und Verbesserungsvorschläge der Mitarbeiter aufzugreifen.

Die Publikation „Arbeitszufriedenheit und Mitarbeiterbindung im Handwerk“ steht ab sofort unter www.lfi-muenchen.de/publikationen/LFI_bwl_Mitarbeiterbindung.pdf zur Verfügung.

Kontakt:
Ludwig-Fröhler-Institut
Maximilian Wolf
Max-Joseph-Str. 4
80333 München
T: 089 – 5155 6085
F: 089 – 5155 6077
E-Mail: wolf@lfi-muenchen.de