



OB Hans Jürgen Pütsch, Landtagsabgeordnete Sylvia Felder und Landrat Jürgen Bäuerle machen beim BT-Stand Station (links). Einen „heißen Draht“ gibt es bei den Star-Energiewerken.



Auszubildende als Mangelware

Rund 2 500 Besucher strömen zur Ausbildungsmesse in der Badner Halle



Mal was anderes: Hier versucht sich ein Mädchen als Baggerführerin.

Rastatt (mak) – Die 18. Auflage der Ausbildungsmesse in der Badner Halle war gestern erneut eine ansprechende Plattform für regionale Unternehmen, um sich und ihr Angebot an Ausbildungsplätzen zu präsentieren. Eröffnet wurde die Veranstaltung von Ulrich Kistner, dem Vorstandsvorsitzenden der Sparkasse Rastatt-Gernsbach, die gemeinsam mit der AOK Mittlerer Oberrhein die Messe veranstaltet.

„Nur mit größten Anstrengungen schaffen es die Unternehmen, Jugendliche für sich zu begeistern“, wies Kistner auf die Schwierigkeiten hin, geeignete Auszubildende zu finden. Insgesamt 66 Aussteller waren gestern in und vor der Badner Halle und stellten 160 Ausbildungsberufe vor.

Aktuell gibt es noch rund 2 800 offene Ausbildungsplätze in der Region, wie Landrat Jürgen Bäuerle in seiner Ansprache verdeutlichte. Der Chef der Kreisverwaltung ist seit zwölf Jahren bei der Ausbildungsmesse dabei und hat „einen Rollentausch hinterm Tresen“ festgestellt: „Früher haben sich die Firmen die Auszubildenden ausgesucht, heute suchen die sich was aus.“ Bei seinen Unternehmensbesuchen werde von allen als größtes Problem der Fachkräftemangel genannt, führte Bäuerle aus, der anmerkte, dass das Landratsamt

aktuell 40 Auszubildende hat.

Der Rastatter OB Hans Jürgen Pütsch betonte, dass bei der Messe nicht nur die Firmenchefs und Ausbildungsleiter vertreten sind, sondern auch Auszubildende selbst, die auf Augenhöhe Einblicke in den Beruf vermitteln. Der Ratshauschef meinte zudem, dass die Berufswahl gut überlegt sein sollte: „So wie man sich seine Frau aussucht, sollte man sich auch seinen Beruf aussuchen.“ Bernhard Ibach, stellvertretender Geschäftsführer der AOK Mittlerer Oberrhein, bezeichnete die Messe als „empathische und sympathische Veranstaltung“, bei der im Gegensatz zum Internet persönliche Gespräche im Mittelpunkt stehen.

Die Unternehmen hatten sich einiges einfallen lassen, um die Jugendlichen, die in Klassenstärke anmarschierten, an ihre Stände zu locken: Die Carl-Benz-Schule hatte einen 3D-Drucker aufgebaut, das Klinikum Mittelbaden bot an, sich blutige Wunden auf den Unterarm schminken zu lassen, bei Kronimus war ein Tischkicker aufgestellt und Basi hatte als Blickfang eine Wassertschale, in der tiefgefrorene Kohlendioxidpellets beim Umwandeln in den gasförmigen Zustand effektiv Nebel erzeugten. Die Handelslehranstalt Gernsbach zog die Teenager mit frischem Popcorn an und am Stand des Badischen



Viel zu sehen: Das baumartige Gebilde aus Rohren könnte glatt als Kunstwerk durchgehen.

Tagblatts konnte man sein Glück beim Mini-Roulette versuchen. Das Medienunternehmen hat derzeit zehn Auszubildende, aktuell werden zwei Volontäre gesucht, wie Personalreferent Matthias Hofer berichtete.

„Ich finde es sehr schwierig, mich zu entscheiden, was ich die nächsten 50 Jahre meines Lebens machen will. Deshalb ist so eine Ausbildungsmesse sehr hilfreich, um sich zu orientieren“, sagt der 16-jährige Timo. Sparkassen-Azubi Marvin Klumpp ist ebenfalls vom Konzept überzeugt: „Meiner Meinung nach ist es wichtig, dass man den Jugendlichen ei-

ne Plattform bietet, um sich in persönlichen Gesprächen zu informieren. Wenn man ausschließlich versucht, sie übers Internet mit Informationen zu versorgen, gewinnt man damit keinen Blumentopf.“

Claus-Peter Hönig vom AOK-Kundencenter Rastatt, der für die Organisation mitverantwortlich ist, zog am Nachmittag eine positive Bilanz: Er schätzt, dass mit etwa 2 500 Besuchern rund 500 mehr als im Vorjahr da waren. Der Bedarf für eine solche Messe sei da, er sei sogar gestiegen. Deswegen soll sie auch im nächsten Jahr wieder stattfinden, verspricht Hönig.



Insgesamt 66 Aussteller sind bei der diesjährigen Ausbildungsmesse in der Badner Halle vertreten.



Mit spannenden Angeboten versuchen die Unternehmen aus der Region, Jugendliche an ihren Stand zu locken.