

Ein Thema sorgt in der Friseurbranche seit Jahren für erregte Gemüter und hitzige Diskussionen: **DER NACHWUCHS.**

Gängiger Kommentar: Die Lehrlinge von gestern waren besser als die Azubis von heute (früher war ja bekanntlich auch alles besser). Oder: Die Richtigen findet man eh nie, junge Leute haben alles im Kopf, nur nicht Lernen. Ausbilden ist ein Risiko, weil die wirklich Guten ihren weiteren Weg irgendwo anders machen (am liebsten bei der Konkurrenz). Das sagen und denken (manchmal) die Chefs.

Und doch ist der Friseurberuf nach wie vor ein begehrter (Ausbildungs-)Beruf – und das nicht nur bei denen, die „sonst nichts finden“. Wer genau hinschaut, entdeckt unter Friseur-Azubis gar nicht selten wahre Überzeugungstäter/Innen, die alles dransetzen, um Friseur werden zu können. Das sogar über den Widerstand oder zumindest den Unwillen der Eltern hinweg.

Und in der Branche selbst ist das Thema Nachwuchs nicht nur ein kontrovers diskutiertes, sondern auch eines, was mit viel Herzblut angegangen wird. Wie hier von Peter Gress (CLIPS Leser meinen) und Michael Hunger („Azubi-Casting“).

„Weniger Nachwuchs in 2008“

Peter Gress, im Kopf jung (und ein bisschen rebellisch) geblieben, ist ein „alter Hase“ in der Branche. Viel gemacht, viel erlebt, hat er uns zum Thema Nachwuchs geschrieben.

„Ich glaube daran, dass Ausbildung sich lohnt und dass nur diejenigen Unternehmen auf lange Sicht gute Geschäfte machen werden, die selber ausbilden und so für ihren Nachwuchs sorgen. Deshalb investieren wir bei Gress Friseur viel Geld und Zeit in die nachhaltige Ausbildung von jungen Menschen. Mittlerweile sind wir so weit, dass unsere Azubis durchschnittlich 25 Prozent des Gesamtumsatzes erarbeiten. Dies tun sie lustvoll, freiwillig und mit großem Einsatz, weil sie täglich Erfolge sehen. Dass dies nicht von selbst geht, versteht sich von selbst.“

Eine Geschichte am Rande: Ein Außendienstmitarbeiter, an dessen Glaubwürdigkeit ich keinen Zweifel hege, erzählte mir folgende Situation: Eine Friseurunternehmerin hat eine Azubine im dritten Lehrjahr. Diese hat über 80 Bewerbungen geschrieben und, wenn überhaupt Reaktion kam, nur Absagen kassiert. Die Chefin sucht derweil eine Friseurin, die sie entlastet. Messerscharf in der Kombination fragt der Außendienstler die Chefin, warum sie denn nicht ihre Azubine übernehme. Darauf antwortet die Chefin, die könne ja keine Haare schneiden. Doofe Azubine aber auch, hat die einfach nichts gelernt.

Ich wünsche der Chefin nichts Böses, aber sie sollte keine Friseurin finden. Denn dann würde sie mehr abheben als sie einbezahlt hat.

Bis zu ihrem Eintritt in das Berufsleben sitzen junge Menschen im Theater des Lebens im Publikum und lassen sich von dem Stück, das da auf der Bühne spielt, unterhalten. Von einer Minute zur anderen werden sie zu Beginn ihrer Ausbildung auf die Bühne gestellt und sollen nun selber eine unterhaltende Rolle in diesem Drama spielen. Um erfolgreich zu sein, braucht es ein gutes Drehbuch, einen schlüssigen Plot und vor allem einen fähigen Regisseur. Leider sieht die Realität nicht so aus. Meist sind die Drehbücher schlecht, einen Plot gibt's nicht oder nur sehr rudimentär und der Regisseur hat Wichtigeres zu tun, als seine junge Truppe zu führen, ihnen Ziele und die Chance zu geben, sich persönlich und fachlich zu entwickeln. Dabei ist es die vordringlichste Aufgabe eines verantwortungsvoll Führenden, seinen Mitarbeitern ein inspirierendes Umfeld zu bieten und ihnen einen Arbeitsplatz zur Verfügung zu stellen, der ihren Talenten entspricht.

Wenn es wirklich stimmt, dass 70 Prozent der ausgebildeten Friseure nach fünf Jahren die Branche verlassen, weil sie wegen qualitativer fachlicher Mängel keinen Job bekommen, dann läuft unser Ausbildungssystem ziemlich elliptisch. Der Meisterbrief sollte nicht automatisch zur Ausbildung von jungen Menschen befähigen. Die Ausbildungseignung sollte abgekoppelt und die pädagogische Befähigung der Ausbilder in einem, sagen wir mal zwölf Monate dauernden, Ausbildervorbereitungskurs



geprüft und bestätigt werden. Den Lehrern an den Schulen wirft man gerne vor, sie „produzieren“ kein anständiges „Material“, das man zum Nutzen des Unternehmens einsetzen kann.

Viele Ausbilder – und wenn die 70 Prozent stimmen, sind es die meisten – in unserer Branche agieren aber dito. Doch das ist natürlich ganz was anderes.

Oder liegt es an der Anzahl der Ausbildungen? Schauen Verbandsführung und Politik zu sehr auf Quantität? Gerne klopfen sich offizielle Personen auf die Schulter, wie viele Ausbildungsverträge das Friseurhandwerk bereitstellt. Wahrscheinlich sind schon die Azubis schuld, wenn sie nichts lernen, wo sie doch alle Chancen haben. Drehbuch, Plot, Regisseur ...

Also bilden wir aus, was wir nicht brauchen können, und schicken dann Detektive hinter den armen Mäusen her, weil sie schwarz im Untergrund werkeln. Dann unternehmen die eben was in Klein, dann sind sie vor den Schnüfflern sicher. Ich bin überzeugt, dass für die Branche mehr drin wäre, wenn sie nicht unanständig viel Energie, Zeit und Geld in die Sicherung des Status quo stecken, sondern einen Teil dieser Energie, der Zeit und des Geldes dazu verwenden würden, wirklich coole Inhalte für den Beruf zu schaffen. Die Firmen machen Dampf und bieten kreative Entwicklungsmöglichkeiten, es gibt tolle Angebote für Spezialisierungen und Weiterbildungen, alles

scheint erreichbar und machbar. Den Kids wird viel geboten, und sie können sich heute wirklich vielfältig entwickeln. Aber die Ausbilder müssen diese Möglichkeiten auch ermöglichen. Doch das geht ja auch nicht, klar, ich hab's vergessen: Man bildet ja nicht seine zukünftige Konkurrenz aus.“



Peter Gress aus Esslingen, ist nicht nur in einer Friseur-Familie groß geworden, nach etlichen Intermezzi kehrte er auch wieder in die Friseurbranche zurück. Um heute nicht allein erfolgreicher Friseurunternehmer, sondern auch Kämpfer für eine vielversprechende Zukunft dieser Branche zu sein.

Azubi-Casting



Während Friseurdeutschland in der Praxis bereits mit den Auswirkungen der neuen Ausbildungsordnung ringt, wird anderswo darüber nachgedacht, wie der künftige Nachwuchs für das Handwerk zu begeistern ist. Bayern setzt dabei zum Beispiel auf die Casting-Variante à la RTL & Co: „Bayern sucht die Supermacher“.

Immer weniger Azubis drängen in die Handwerksberufe – und vor allem immer weniger die Richtigen.

So klagen zumindest viele Ausbilder. Und angesichts der Tatsache, dass die Hauptschulen immer stärker ausdünnen, hat die Politik die Sorge, dass künftig auch der Nachwuchs fehlen könnte, der sich in den meisten klassischen Handwerksberufen gerade aus diesem Schultyp rekrutiert. Da gilt es, publikumswirksam, mediengerecht und im Stil des 21. Jahrhunderts auf das Handwerk aufmerksam zu machen. Mit der Casting-Kampagne „Macher gesucht“ hat im Laufe des Sommers das bayerische Handwerk für die Lehre im dualen System geworben. Es hat unbestritten schon fast einen aufreizend provozierenden Charakter, wenn es im Zusammenhang mit einem Handwerksberuf heißt: „Bewirb dich jetzt für ein einwöchiges Praktikum“.

Wenig kreativ, aber messbar

Die Bayern sprachen für ihre Aktion „Supermacher“ Jugendliche zwischen 12 und 18 Jahren an. Diese mussten sich zunächst im Internet unter www.Lehrlinge-fuer-Bayern.de registrieren lassen. Anschließend konnten sie in regionalen Castings ihr handwerkliches Geschick und ihre Kreativität beweisen. Viel war dazu allerdings nicht nötig: Einen Stuhl behelfsmäßig zu zimmern, ein Bild lotgerecht aufzuhängen und das Gewicht eines gefüllten Sackes zu schätzen – all das hatte mehr unter-



*Ecte consed dolorpe rrilisi.
Laorperit am, sit lummy
nulla faci blam, sim nostio-
nullum veraessim ipsuscil
iuscil ero ea consequiscin
hent ad ting esto commy
nostiss issequis dolessisi.
Enit, venisi blam dolorpe
riusci enit dolor sectem init
inciduis nim nullandipis
atummodipisi euisit irit
utat. Unt atem vullan hent
lam, sustie mincil ullaorem
dolorin henis alis aliquis
nibh ea con utpat nissis*

haltsamen Charakter. Dank der einfach messbaren Leistungen ermittelte die Jury so die jeweils Besten, die sich für den „Recall“ Ende Juli in München qualifizierten. Dort wurden schließlich drei Sieger ermittelt, die „Supermacher“. Ihre Preise waren einwöchige Praktika in den verschiedensten Handwerksberufen sowie die Angebote, entweder als Boxenmechaniker zu einem Formel-1-Rennen, als Modedesigner zu einer Haute-Couture-Show oder als Schwertschmied zu einem japanischen Meister zu reisen.

Unterstützenswerte Idee

Rund 1.000 Jugendliche aus ganz Bayern hatten sich für die regionalen Castings beworben, 25 Sieger aus den regionalen Castings reisten zum Finale nach München, wo die Jury erneut von Eigeninitiative, Kreativität und handwerklichem Geschick zu überzeugen war. Für CLIPS-Autor und Macher-Jury-Mitglied

Michael Hunger hat die Kampagne durchaus nachahmenswerten Charakter: „Ich finde es eine gute, unterstützenswerte Idee, den jungen Leuten – egal welcher Schulbildung – das Handwerk als Zukunftsperspektive aufzuzeigen“. Und weiter führt der oberbayerische Friseurunternehmer aus: „Wir müssen den Schülern von heute die Möglichkeit bieten zu zeigen, was sie können, ihnen Perspektiven aufzeigen. Was sollte dafür besser geeignet sein als solch ein Wettbewerb? Viele Teilnehmer überraschten ob ihrer detaillierten Wünsche und Pläne sowie mit derer aktueller Umsetzung.“ Auch im nächsten Jahr werden wahrscheinlich bayernweit wieder „Macher gesucht“. Für das Friseurhandwerk bleibt derweil die Frage, warum nicht mehr Innungen oder Friseurunternehmer mittels moderner „Casting-Methoden“ attraktiv und zielgruppengerecht für den Nachwuchs werben, meint Michael Hunger.