

# Ein frustrierter Chef und vier unbesetzte Azubi-Plätze

**BERUFSAUSBILDUNG** Der Internet-Händler Mercateo erlebte in diesem Jahr eine Pleite, als er nach geeigneten Lehrlingen für das Unternehmen suchte.

VON MATTHIAS BARTL

**KÖTHEN/MZ** - Peter Ledermann ist eigentlich ein Mann ausgeglichener Gemüts. Der Mercateo-Vorstand strahlt in der Regel Gelassenheit aus und Freundlichkeit. Es muss also schon allerlei passieren, damit Ledermanns Miene düster wird und er zugibt: „Ich bin echt frustriert.“

Nicht die wirtschaftliche Lage ist Grund für diese Feststellung. Im Gegenteil: Die sieht für Mercateo, den in Köthen ansässigen Internet-Händler, nach kleinen Krisenproblemen sehr ordentlich aus. Mercateo hat ein anderes Problem: den Nachwuchs.

Das Unternehmen bildet aus. In insgesamt vier Berufen: Bürokaufmann, Kaufmann für Dialogmarketing, Kaufmann für Marketing und Kommunikation und IT-Systemkaufmann. In diesen Tagen beenden sieben der Lehrlinge ihre Ausbildung. Fünf davon werden übernommen, ein weiterer bekommt zunächst mal einen befristeten Vertrag, um Zeit zu bekommen, sich anderweitig umzusehen. Das ist eine ausgesprochen hohe Übernahmequote, die auch darin begründet ist, dass man bei Mercateo bemüht ist, dem Unternehmen einen geradezu familiären Charakter zu verleihen - zumindest, was den Zusammenhalt im Laden und die Identifikation mit der Firma angeht. Ledermann denkt, dass man auf diesem Weg schon ein gutes Stück vorangekommen ist. Die Kantine, ein Treffpunkt für alle Mitarbeiter vom Chef bis zum Azubi, ist ein Beispiel dafür und auch das Geo-Caching, das innerhalb des Unternehmens gespielt wird.

Nun aber haben sich Probleme mit der Neubesetzung der offenen Ausbildungsstellen aufgetan. „Wir haben sieben neue Azubis gesucht“, zählt der Geschäftsführer auf: „Drei Bürokaufleute, drei fürs Dialogmarketing und einen für Marketing und Kommunikation.“

Bevorzugt wollte man Abiturienten für die Stellen gewinnen, „und dies weniger wegen des Abiturs an sich, sondern weil Abiturienten einfach zwei Jahre älter sind als

Leute mit Realschulabschluss. Zwei Jahre älter heißt auch zwei Jahre reifer.“ Nun habe das Unternehmen schon 2007 und 2008 feststellen müssen, dass die Qualität der Bewerbungen im Sinkflug begriffen ist, „aber in diesem Jahr ist das Problem dann akut geworden.“ Die Enttäuschungen begannen schon mit der Anzahl der Bewerbungen: Mehr als 100 hatte man erwartet, 70 bis 80 sind es dann nur geworden - darunter viele von Jugendlichen, die nicht aus Köthen kommen. Von diesen Bewerbern blieben nach der ersten Sichtung der Unterlagen 30 übrig, die zu einem Erstgespräch eingeladen wurden. „Viele Bewerbungen waren schon an sich eine Katastrophe“, erinnert sich Ledermann.



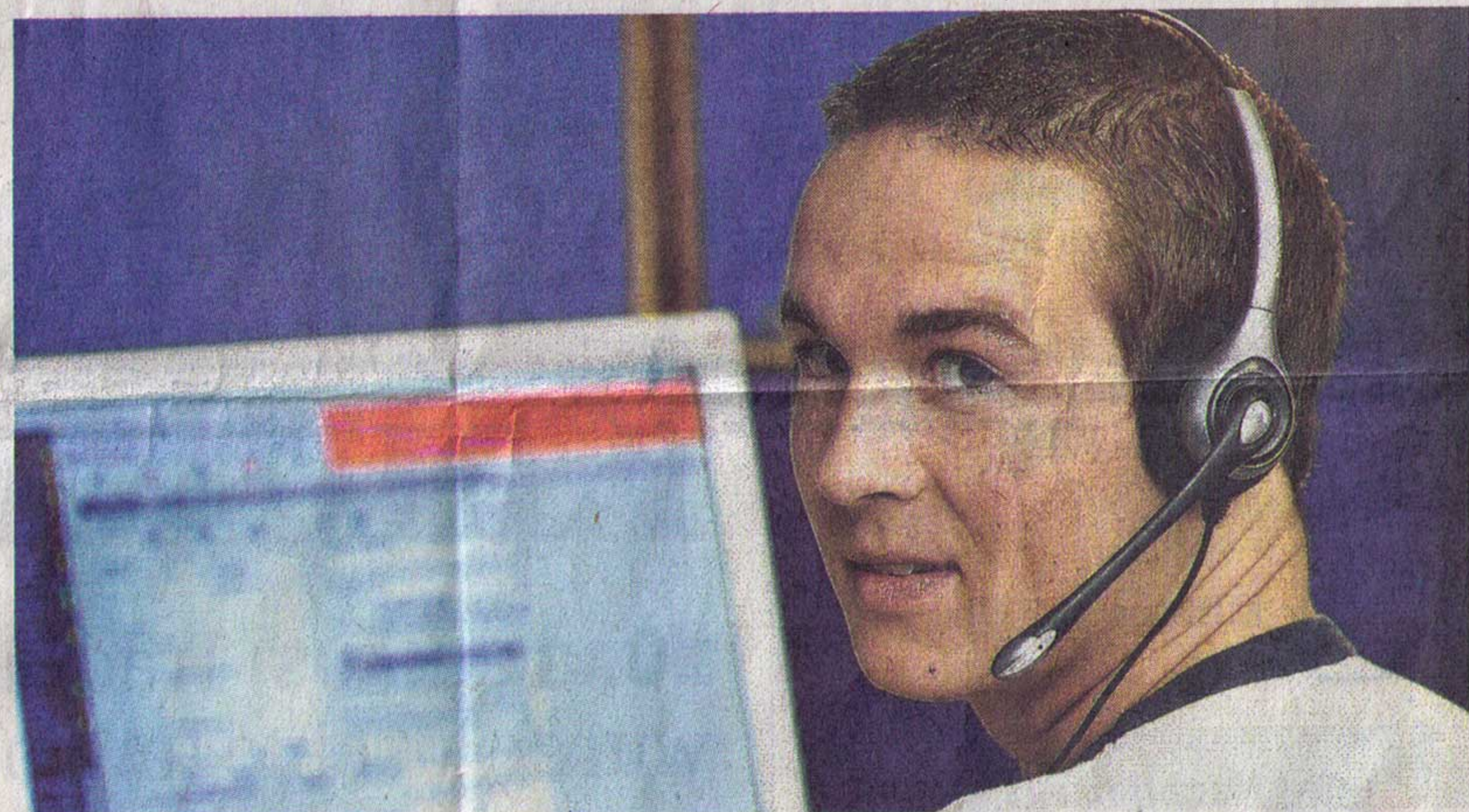
Gruppenaufnahme vor dem Haupteingang des Unternehmens: die Mercateo-Lehrlinge.

FOTO: MERCATEO

Abgesehen von schlechten Schulnoten, war es oft die Form, die den Mercateo-Chef erschütterte: Schmutzige und zerknitterte Papiere, unvollständige Unterlagen, ein Bewerber habe ein Loblied auf die „tolle Firma“ gesungen, für die er sich bewerben wolle - nur war es dummerweise die falsche Firma. „Die 30 Einladungen - da haben wir schon sämtliche Augen zuge-drückt. Aus den Erstgesprächen blieben 15 Bewerber übrig, die zu Zweitgesprächen eingeladen wurden. „Beim Gespräch zählt dann auch der persönliche Eindruck, da ist man eher etwas großzügiger, auch was die Schulnoten angeht“, sagt Ledermann: „Schlechte Noten können mal passieren.“

Ledermann hat die Zweitgespräche selbst geführt, „daher kommt mein persönlicher Frust“. Viele Bewerber seien nicht in der Lage gewesen, mal zu sagen, was Mercateo eigentlich macht. Konnten auch keine vernünftige Antwort auf die Frage geben, warum sie hier arbeiten wollen. „Da spielte dann die Nähe zum Wohnort eine wesentliche Rolle. Außerdem wurde deutlich, dass die meisten keinen Stress wollen und keine zusätzlichen Belastungen. Die Frage nach dem Verdienst war immer die erste.“

Nichtsdestotrotz habe man es geschafft und fünf Kandidaten ein Angebot gemacht, „die waren auch wirklich gut“. Zwei haben allerdings nicht angenommen, weil sie inzwischen Ausbildungsplätze in ihrer Heimat gefunden hatten. Die meisten der erfolgreichen Bewerber kommen aus Orten, die von Köthen über 50 Kilometer entfernt sind. „Das waren die Aktiven, die bereit sind, für eine gute Ausbildung Bequemlichkeiten aufzugeben.“ Ein Mädchen aus Weißenfels



Azubi Christian Körnicke an seinem Ausbildungsplatz.

FOTOS (2): HEIKO REBSCH

werde dafür sogar nach Köthen umziehen.

Vier Azubi-Stellen sind demnach bei Mercateo unbesetzt, „und wenn nicht eine gute Fee kommt, dann bleiben sie das auch“.

„Viele Bewerbungen waren schon an sich eine Katastrophe.“

Peter Ledermann  
Mercateo-Chef

Aber natürlich macht sich der Chef Gedanken, woran das liegt und wie so etwas in Zukunft vermieden werden kann. Zum einen, so Ledermann, wolle man die Azubis des Unternehmens in die Suche nach Lehrlingen einbinden, als Multiplikatoren, „die können draußen viel besser erzählen, wie es bei uns läuft und was man tun muss, als das andere können.“ Außerdem wolle man die künftigen „Mercateorianer“ ein Stück früher „abholen“ als bisher und daher die Kooperation mit den Schulen vertiefen. Dies müsse über die sattsam

bekanntem zwei Wochen Praktikum in der 9. Klasse hinausgehen, um die künftigen Mitarbeiter frühzeitig mit der Arbeitswelt vertraut zu machen. Nicht zuletzt hofft Ledermann darauf, dass die IHK-Idee eines dualen Studiengangs Betriebswirtschaft vielleicht doch noch Realität wird. Das wäre eine gute Idee für die Abiturienten gewesen, „die studieren wollen und auch wieder nicht“. Das Projekt mit der FH Münster ist zwar abgesagt worden, aber vielleicht ist die Idee anderweitig umzusetzen.

Letzten Endes gehe es darum, den Unternehmen der Region auf lange Sicht fachlich fähigen Nachwuchs zu sichern. „Es geht darum, Leute zu finden, die ganz bewusst ihre Ausbildung bei Mercateo machen wollen. Ich will die Auszubildenden schließlich dauerhaft übernehmen, deswegen will ich auch die richtigen für diesen Job haben.“ Und umso größer sei die Enttäuschung über die jetzige Situation. Mercateo, weiß Ledermann, sei im übrigen nicht das einzige Unternehmen, das in dieser Frage eine Pleite erlebt habe. *Kommentar*