Auszubildende auf Entdeckungstour

Friedrich-List-Berufsschüler erkunden und präsentieren ihre Betriebe

Von Kurier-Mitarbeiterin Claudia Weiler

Den eigenen Betrieb erkunden, lautete der Auftrag der beiden Studienreferendare Michael Thomas und Sibylle Alt an die Auszubildenden im Einzelhandel der Friedrich-List-Schule. Rund 50 angehende Verkäufer haben im Herbst ihre Lehre begonnen. „Es ist wichtig, schnell einen Überblick über den eigenen Betrieb zu bekommen", erklärt Michael Thomas. Darum hat er in den vergangenen sechs Wochen gemeinsam mit den Filialleitern der Ausbildungsbetriebe eine „Lernortkooperation" durchgeführt. Am Mittwochabend haben die Jugendlichen in der Friedrich-List-Schule ihre Ergebnisse vorgestellt.

Zunächst stand in der Schule die Theorie auf dem Lehrplan. Doch praxisnaher Unterricht bedeutet eine Verzahnung der beiden Lernorte Schule und Ausbildungsbetrieb. Also haben die Azubis anschließend in Kleingruppen den eigenen Betrieb nach Leitfragen abgeklopft. Wann wurde eigentlich das Schuh-Haus Fink gegründet? Ist Aldi ein Supermarkt oder ein Discounter? Und welche Verbesserungsvorschläge haben die Kunden? Die Jugendlichen haben sich dabei auch für die Frage interessiert, welche Weiterbildungs- und Aufstiegsmöglichkeiten es in ihren Betrieben gibt.

Was die angehenden Verkäufer über die Unternehmen herausgefunden haben, präsentierten sie ihren Ausbildern, Lehrern und Mitschülern in anschaulichen Powerpoint-Präsentationen: Branche und Sortiment, Betriebs- und Verkaufsform, Firmengeschichte und Marketingstrategien wurden auf klar gegliederten Schaubildern an die Wand geworfen. Ein O2-Partnershop als Franchise-Unternehmen war ebenso vertreten wie die Handelsgruppe Rewe, der Supermarkt Edeka oder das Fachgeschäft Expert.

Die Firmengeschichte von Fink geht übrigens auf die Gründung einer Wiesbadener Schuhmacherei im Jahre 1888 zurück, Aldi ist ein „Hard Discounter" und die meisten Aldi-Kunden wünschen sich, künftig mit der EC-Karte zahlen zu können, so ist zu hören. Dass die Jugendlichen das Werbevokabular bereits nach wenigen Monaten in der Ausbildung routiniert einsetzen, zeigen die eingestreuten Begriffe wie „niedrige Preise", „beste Qualität" oder „bei uns steht Service an erster Stelle". Kein Wunder also, dass die anwesenden Ausbilder von ihren Schützlingen begeistert sind. „Wir finden es sehr positiv, dass sie etwas über ihr Unternehmen lernen", sagt Heidi Govorusic, Betriebsratsvorsitzende von Fink Wiesbaden. „Damit sie sich auch mit ihrem Arbeitsplatz identifizieren und das nicht nur ein Job ist", fügt ihre Kollegin Lieselotte Emsermann hinzu.

Ihre Auszubildende Eupresia Catalano (20), die seit August 2004 bei Fink zur Verkäuferin ausgebildet wird, hat in den letzten Wochen auch über den Konkurrenten Leiser viel gelernt: „Wir haben vieles gemeinsam, eigentlich ist nur der Name anders."

Auch wenn die Präsentationen sehr professionell gestaltet sind, so merkt man dem einen oder anderen Jugendlichen seine Aufregung noch an, wenn er vor über 200 Ohren im Saal durch das Mikrofon sprechen muss. Einen kurzen Moment versagt die Stimme, ein Räuspern, und weiter geht es. Doch das Sprechen vor Publikum gehört eben zum Berufsleben dazu. „Dieser projektartige Unterricht ist eine gute Sache, um das Selbstvertrauen zu stärken. Alle Verkäufer müssen präsentieren können", betont Michael Thomas. Diese Fähigkeit kann den Jugendlichen später zudem für ihre persönliche Laufbahn weiterhelfen, spätestens am Ende der Ausbildung, bei der nächsten Bewerbung.

Was Auszubildende bei Aldi über ihren Betrieb erfahren haben, vermittelten sie im Rahmen einer professionellen Präsentation einem größerem Publikum. Foto: RMB/Windolf