

Volles Haus beim Top-Seminar „Brennpunkt Ausbildung“



Erfolgstrainer Jörg Löhr begeisterte die Besucher.

(Foto: VGL Baden-Württemberg)

Rund 130 Unternehmer/-innen und Ausbilder aus Bayern und Baden-Württemberg trafen sich am 13. November 2013 in Ulm zum AuGaLa Top-Seminar „Brennpunkt Ausbildung – Wie begeistern wir junge Menschen für eine Zukunft im GaLaBau?“ Eingeladen hatten die beiden Garten- und Landschaftsbauverbände aus Baden-Württemberg und Bayern.

Welche Jugendlichen möchte ich ansprechen?

Den Einstieg ins Thema lieferte Peter-Martin Thomas, der Autor der Studie „Wie ticken Jugendliche?“ vom Sinus-Institut. Die Studie teilt die Jugendlichen in sieben Gruppen ein, die sehr unterschiedliche Weltanschauungen und -erwartungen an ihr Leben haben. Intensiv wurde die Frage diskutiert, welche dieser Zielgruppe die Passende für den Garten- und Landschaftsbau sein könnte. Die Antwort: Es kommt darauf an. Betrieb und Azubi müssen zusammenpassen. Thomas rät den Betrieben daher dringend, authentisch zu bleiben. Sich zu verstellen, um Jugendlichen zu gefallen, sei der

falsche Weg. Noch konkreter wurde es bei „Best-Practice“. Die drei Unternehmer Peter Zeidler, Roland Ramming und Paul Saum berichteten aus ihrem Ausbildungsalltag. Viele gute Beispiele und Anregungen wurden ausgetauscht.

Feuer fangen für Ausbildung und Nachwuchswerbung

Nach der Mittagspause waren dann alle Teilnehmer/innen beim Zukunfts-Café gefordert. An zwölf Tischen wurden ganz praxisnahe aber auch ungewöhnliche Lösungen zu neuen Wegen in der Nachwuchswerbung bis hin zur Organisation der Ausbildung erarbeitet. Von diesen Ideen war selbst Jörg Löhr, laut SAT1 „Europas

bester Erfolgstrainer“, sehr beeindruckt. Die Botschaft des ehemaligen Handballprofis aus Augsburg in seinem Vortrag an die Unternehmer und Ausbilder: Eigene Ziele definieren und konsequent verfolgen. Gerade im Bereich Fachkräftesicherung, der elementarsten Aufgabe jedes Unternehmers, sei ein „weiter so“ nicht Erfolg versprechend. Jeder Betrieb muss sein eigenes Image als Arbeitgeber bilden und dabei authentisch bleiben. Darin waren sich Trainer Jörg Löhr und Wissenschaftler Peter Martin Thomas einig. Zudem machte Jörg Löhr deutlich: Chefs und Ausbilder müssen selbst Feuer fangen für die Ausbildung und Nachwuchswerbung – dann können sie auch junge Nachwuchskräfte entzünden und begeistern. Sein Appell: Gehen Sie ein bis zwei Ideen an und setzen Sie diese zeitnah um!

Packen wir's an

Diese Botschaft kam an. Zum Teil wurde bereits auf der Heimfahrt lebhaft diskutiert, welche Maßnahmen im Betrieb in Angriff genommen werden sollen. Andere setzten sich direkt am Abend zusammen, um die betriebseigenen Ziele und Maßnahmen zu formulieren. Das eindeutige Fazit der Teilnehmer: „Wer heute nicht dabei war, hat wirklich etwas verpasst!“

Patrick Schmidt, VGL Bayern, Gräfelfing; Elke Güber, VGL Baden-Württemberg, Leinfelden-Echterdingen

In diesem Heft

- Die ersten spanischen GaLaBau-Auszubildenden in NRW 2
- 20 Jahre Nachwuchswerbung – wichtiger denn je 3
- Sprung über den großen Teich: Soziale Projekte in den USA 4
- Praxisthema: Wassergebundene Wege 6
- Ein neues Beratungstool für Unternehmen 7
- Programmübersicht: WdA-Seminare 8

Neue Wege gehen

Die ersten spanischen GaLaBau-Auszubildenden in NRW

Bereits seit 2011 beschäftigt sich der Verband Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau NRW e. V. im Rahmen der zukünftigen Fachkräftesicherung neben vielen anderen Themen speziell mit dem Thema „Fachkräfte aus dem Ausland“. Nach längeren Vorbereitungen startete das erste Projekt 2012 mit 30 Jugendlichen aus sieben osteuropäischen Ländern, die von gärtnerischen Fachschulen zu einem Praktikum nach NRW kamen – 2013 wurde dies mit zehn Praktikanten wiederholt.

Eine Umfrage bei allen nordrhein-westfälischen Mitgliedsbetrieben hatte ergeben, dass ein reges Interesse an ausländischen Jugendlichen, die eine Ausbildung in Deutschland machen, sowie an Fachkräften, die aus dem Ausland kommen, besteht. So wurden in der zweiten Jahreshälfte 2012 verstärkt die ersten Kontaktmöglichkeiten/Partner in Spanien sondiert und Anfang April 2013 fanden, durch das AuGaLa unterstützt, die ersten Gespräche in Spanien statt. Markus Schwarz, Vorsitzender des Ausbildungsausschusses NRW und Präsidiumsmitglied, sowie Jutta Lindner-Roth, Referentin für Nachwuchswerbung, besuchten in Barcelona eine gärtnerische Fachschule sowie die Universität für Landes-

pflanze und in Madrid die Deutsche Handelskammer Spanien (AHK Madrid). Der Grundstein für eine Zusammenarbeit war gelegt.

EU-Förderprogramm unterstützt Ausbildung im Ausland

Nun galt es, so viele Informationen wie möglich über das Anfang 2013 gestartete EU-Förderprogramm MobiPro zu sammeln. Einige wenige Fachsparten aus dem Handwerk begannen bereits im Sommer 2013, dieses inzwischen den meisten geläufige Programm zu nutzen, bei dem Jugendliche für eine Ausbildung im europäischen Ausland finanzielle Unterstützung erhalten. Gefördert werden zum Beispiel die Aufstockung der Ausbildungsvergütung bis

zu einem Betrag von 818 €/Monat, max. anteilige Reisekosten von 300 € für ein Vorstellungsgespräch vor Ort, der Besuch einer Sprachschule, eine zweimalige Familienheimreise im Jahr bis max. 600 €/Jahr und ein kleiner Betrag für eine Betreuung vor Ort, die für die Integration Unterstützung leisten soll.

Im Sommer 2013 fand ein Gegenbesuch der AHK Madrid in Oberhausen statt. Der Garten- und Landschaftsbau in Deutschland, der bis dahin nur in einem Vortrag dargestellt werden konnte, wurde nun von seiner praktischen Seite durch verschiedene Baustellenbesichtigungen präsentiert. Der zweitägige Besuch wurde ebenfalls zu einem Vortrags- und Informationsabend für alle Interessierten genutzt. Neben vielen Unternehmern aus Mitgliedsbetrieben nutzten auch Interessierte aus Schwesternverbänden diese Gelegenheit. Die Anwesenden konnten sich über den Vermittlungsablauf, die Fördermittel und den zeitlichen Ablauf direkt informieren und Fragen stellen. Nach dieser Veranstaltung fand eine erneute Umfrage bei den Betrieben in NRW statt. Das Ergebnis waren rund 20 Ausbildungsplätze in NRW und ein Bedarf an der Vermittlung von Arbeitskräften.

Somit wurde mit den vertraglichen Abstimmungen begonnen. Inzwischen stehen 15 Ausbildungsplätze für den Ausbildungsbeginn im Herbst 2014 zur Verfügung und die AHK Madrid hat aus 200 jungen spanischen Bewerbern 35 Kandidaten ausgewählt. Mitte Januar fanden die Vorstellungsgespräche in Deutschland statt und im Februar beginnen die in Frage kommenden Kandidaten mit ihrem viermonatigen Sprachschulunterricht in Spanien. Im Anschluss folgt das Praktikum in dem in Frage kommenden Unternehmen, dem sich dann gegebenenfalls die Ausbildung August/September 2014 anschließt. Einfach wird es für alle Beteiligten sicherlich nicht werden, dass ist allen sehr wohl bewusst, aber die Beteiligten sind bereit sich den Herausforderungen zu stellen und Lösungen zu finden – denn es lohnt sich für beide Seiten.

Jutta Lindner-Roth, VGL Nordrhein-Westfalen, Oberhausen-Borbeck



Machte sich vor Ort auf Baustellen in Deutschland ein Bild: Marcelo Scocco (AHK Madrid, I.) mit Frank Linneweber (m.), 1. Vorsitzender VGL Ausbildungsausschuss NRW, und Jutta Lindner-Roth (r.).

(Foto: VGL NRW)



Immer mehr rückt die betriebliche Nachwuchswerbung in den Vordergrund – wie es auf Facebook funktionieren könnte, wurde bereits in WdA-Seminaren vermittelt.

(Foto: VGL NRW)

20 Jahre Nachwuchswerbung – wichtiger denn je

Seit mittlerweile zwei Jahrzehnten agieren fest angestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für den Garten- und Landschaftsbau auf dem Gebiet der Nachwuchswerbung. Anfangs ging es darum, das Berufsbild überhaupt erst einmal bekannt zu machen. Inzwischen ist der Demografiewandel, und damit der härter werdende Kampf um immer weniger Schulabgänger, ein wesentlicher Anlass – umso mehr gilt: Engagement und Initiative sind gefragt!

Kurz nach der Gründung der ersten Verbände des Garten- und Landschaftsbau auf Landes- und Bundesebene setzte man sich seit 1965 für die offizielle Anerkennung des Berufsbildes Landschaftsgärtner ein. 1972 wurde die Verordnung über die Berufsbildung im Gartenbau erlassen, die Landschaftsgärtner wurden eine eigene Fachrichtung des Berufes Gärtner. Bereits 1977 zeigte sich die GaLaBau-Branche zukunftsorientiert und innovativ: Das Ausbildungsförderwerk Garten- und Landschaftsbau e. V. (AuGaLa) wurde gegründet. Während man sich bereits kurze Zeit später im Klaren war, dass nicht nur die „gemeinsame Finanzierung der Ausbildung“ in Form der Überbetrieblichen Ausbildung eine gute Idee gewesen ist, sondern auch Fortbildungsseminare für Ausbilder (ab 1979), gab es darüber hinaus ab 1981 erste Lernmittel – das AuGaLa-Pflanzenbuch für Auszubildende.

Eine gute Dekade später, 1993, wurde die Nachwuchswerbung deutlich professionalisiert. Das AuGaLa entschied, einen prozentualen Anteil der Ausbildungsum-

lage nicht mehr nur in die direkte Ausbildungsförderung zu stecken, sondern einen Schritt zuvor zu investieren. Nicht nur Aktionskosten, sondern auch Personalkosten sollten ab jetzt anteilig übernommen werden. So starteten im Jahr 1993 in den großen GaLaBau-Landesverbänden die ersten Ausschreibungen und Anstellungen für das Fachpersonal zur Nachwuchswerbung – finanziert durch das AuGaLa. Die so genannten „Nachwuchswerberater“, meist junge Branchenexperten, wurden im GaLaBau schnell zur festen Größe, mit stark zunehmenden Aktivitäten – bis heute. Jetzt heißen diese Experten in allen zwölf Landesverbänden „Referenten/innen für Nachwuchswerbung (RfN)“.

Wandel mit Beständigkeit

Nachwuchswerbung: Wie's gehen könnte, welche Ziele verfolgt werden sollten und was dazu eventuell benötigt würde, wurde in ehrenamtlichen Gremien des AuGaLa entwickelt. So entstanden erste Kriterien, wie der Berufsnachwuchs gefunden werden sollte. Allgemeine Imagewerbung für

den Berufsstand sowie konkrete Ansprache von Jugendlichen und von möglichen Multiplikatoren bildeten den Anfang.

Zum Slogan „Landschaftsgärtner verändern und formen die Umwelt zum Wohle aller Nutzer“ – realisiert auf vielen Werbemitteln – kam wenig später „Beni Biber“ auf die Welt, der hervorragend in die damalige Zielrichtung der Nachwuchswerbung (kurz NWW) passte und noch heute vielen bekannt ist. Aber der Veränderung der Gesellschaft und insbesondere der Jugendlichen-Ansprache wurde Rechnung getragen – und Beni Biber bekam frei. Denn heute weiß man, dass es erst ab einem Alter von ca. 13 Jahren eine Berufswahrnehmung stattfindet – und in diesem Alter ein Maskottchen nicht mehr „cool“ ist.

„Landschaftsgärtner. Groß. Stolz. Grün. Stark. Kreativ.“: Seit 2011 werden die aktuellen Motive und Aussagen verwendet, die auch allen Ausbildungsunternehmen zur Verfügung stehen. Sie sind bezüglich der Wahrnehmung bei Veröffentlichungen oder Anzeigenschaltungen getestet und können zur unternehmerischen Eigenwerbung und Unterstützung der Branchenwerbemaßnahmen genutzt werden.

Über die Werbemittel hinaus, die zum Beispiel auf Berufemessen bei Jugendlichen



Das „Handbuch“ der GaLaBau-Nachwuchswerbung. Fragen Sie bei den Referenten, wie sie Medien und Maßnahmen für sich optimal nutzen können.

weite Verbreitung fanden, steht die klassische Arbeit in der Nachwuchswerbung im Vordergrund. Merchandising war und ist nicht der Schwerpunkt, der Besuch von realen Berufsinformationsveranstaltungen bisher schon. Vielleicht kann sich auch dies in naher Zukunft ändern, doch ist gewiss, dass die Nachwuchswerbung des GaLa-

Baues mit der Zeit und ihrer Entwicklung geht – bis hin zur Teilnahme an Online-Messen. Aktuell gibt es zum Beispiel Überlegungen zur Durchführung von Online-Vorträgen zum Berufsbild und nicht zu vergessen ist, dass die Landschaftsgärtner zeitgemäß und erfolgreich in den neuen Medien vertreten sind: vom Internetauftritt (www.landschaftsgaertner.com) über die Social-Media-Präsenz (www.facebook.com/dielandschaftsgaertner) bis hin zur Pflanzenbuch-App, von Online-, Google-, Facebook- bis hin zu YouTube-Maßnahmen.

Selbstverständlich sind Kontakte der Referenten für Nachwuchswerbung zu Arbeitsagenturen beziehungsweise zur Berufsberatung, zu den Arbeitskreisen an und mit Schulen oder direkte Schulkontakte für Vorträge und die Darstellung des Berufsbildes. In den letzten Jahren entwickelte sich zum Beispiel der Schülerwettbewerb (www.schoenerewelt.de) zu einem bundesweiten Ereignis und ist in zahlreichen Schulen bestens anerkannt. Ausbildungsbetriebe sollten diese Kontaktmöglichkeit nutzen, denn heute sind „Schulpatenschaften“ ein großer Vorteil und in vielen Variationen möglich: Schon einmal etwas von „Ausbildungsbotschaftern“ in Baden-Württemberg oder dem Pro-

jekt „Azubi – Schule – Betrieb“ (A[n]SchuB) in Nordrhein-Westfalen gehört?

Imagewerbung für den Beruf

Imagewerbung für den Berufsstand, auch bei jenen, die bereits dabei sind, ist nicht zu unterschätzen! Die positive „Mund-zu-Mund-Propaganda“ wird zum Beispiel durch den Berufswettbewerb gefördert. Bereits 1994 fanden auf Landesebene Wettbewerbe unter den Auszubildenden statt, die die jungen Menschen motivierten und gleichzeitig dazu anregten, von ihrem attraktiven Beruf zu erzählen. 1997 gab es den ersten Bundesentscheid, heute läuft die Veranstaltung unter dem Namen „Landschaftsgärtner-Cup“ jährlich in jedem Landesverband. Alle zwei Jahre wird auf der GaLaBau-Messe in Nürnberg der Deutsche Meister ermittelt, der im Folgejahr die Branche bei der Berufe-Weltmeisterschaft WorldSkills vertritt. In den Zwischenjahren wetteifern die Zweierteams meist auf einer Bundesgartenschau um den deutschen Meistertitel.

Weiterbildung der Ausbildender (WdA)

Im Vergleich zu vielen anderen Branchen hat der GaLaBau in der Nachwuchswerbung einen großen Vorsprung – und enor-

men Erfahrungsschatz auch im Bereich der Weiterbildung. Seit mehr als 20 Jahren bietet er bundesweit Fortbildungen für Auszubildende, die sogenannten WdA-Seminare („Weiterbildung der Ausbilder“-Seminare). Denn es wurde frühzeitig erkannt, dass eine Unterstützung im außerfachlichen Bereich hilfreich ist.

Nichtsdestotrotz können sich die Referenten für Nachwuchswerbung nicht auf ihren Lorbeeren ausruhen. Im Gegenteil, auch nach 20 Jahren Tätigkeit müssen sie sich immer wieder neu wappnen – und sind breiter aufgestellt denn je. Während es zu Beginn der professionellen Nachwuchswerbung vorrangig um Imagewerbung für das Berufsbild Landschaftsgärtner ging, wird in Zukunft angesichts der sinkenden Schülerzahlen die konkrete Unterstützung der Ausbildungsbetriebe für deren Eigenwerbung und direkte Jugendansprache den Schwerpunkt bilden müssen. Nutzen Sie das Potenzial für Ihr Unternehmen. Die Referenten für Nachwuchswerbung stehen den Ausbildungsunternehmen bundesweit mit Rat und Tat zur Seite (alle Ansprechpartner finden Sie unter: www.augala.de/ansprechpartner.aspx)

Sabine Weller, VGL Nordrhein-Westfalen, Oberhausen-Borbeck

Sprung über den großen Teich

Ingo Gewohn und Marco Weber engagieren sich für soziale Projekte

Wenn einer eine Reise tut, dann kann er was erzählen, heißt es schon im Sprichwort von Matthias Claudius. Marco Weber, Auszubildender bei der Meyer zu Hörste GmbH, Garten und Landschaft in Bad Rothenfelde, und Ingo Gewohn, Azubi bei den Osnabrücker ServiceBetrieben, haben jede Menge Eindrücke und Erfahrungen auf ihrer zweiwöchigen USA-Reise gesammelt, denn sie durften als Dankeschön für ihr Engagement als Auszubildende an einem sozialen Projekt der Aktion Sühnezeichen Friedensdienste mitarbeiten.

Meyer zu Hörste ist seit drei Jahren Mitglied bei der „Initiative für Ausbildung“, die Osnabrücker ServiceBetriebe sind seit März 2013 dabei. Somit gehören beide zu den bundesweit 64 „TOP-Ausbildungsbetrieben“ der Initiative für Ausbildung. Diese haben sich auf die Fahne geschrieben, ihren Azubis und späteren Facharbeitern nicht nur eine fundierte fachliche Ausbildung, sondern auch unvergessliche Erlebnisse zu ermöglichen.

Zu diesen gehören für Marco Weber und Ingo Gewohn ohne Zweifel die von Aktion Sühnezeichen Friedensdienste (ASF) angebotene und von ihren Ausbildungsbetrieben ermöglichte USA-Reise, bei welcher die Mitarbeit in einem sozialen Projekt mit zum Programm zählte. Diesen weiten Blick über den Tellerrand, hinein in völlig andere Kulturen, ermöglichte Marianne Meyer zu Hörste mehr als gerne, denn in der Förderung der Mitarbeiter sehen sie

und ihr Mann Rolf schon immer eine wichtige Investition in die Gesellschaft, aber auch in die betriebliche Zukunft. „Die erste Reaktion von Marco Weber war: ‚Ich fahre nur dahin, wo deutsch gesprochen wird‘, doch schon am nächsten Tag hatte er sich umentschieden. Nur abseits vom Tourismus lernt man das wahre Leben kennen. Dies fördert nicht nur den Reifeprozess, sondern sorgt auch für Erlebnisse, die man nie mehr vergisst. Das hat uns Marco auch so bestä-



Rolf Meyer zu Hörste (l.) würde die erneute Gelegenheit für ein solches Azubi-Projekt, wie es Marco Weber (r.) miterleben durfte, sofort wieder beim Schopfe packen.
(Foto: Meyer zu Hörste)

tigt, weshalb wir eine ähnliche Möglichkeit sofort wieder nutzen würden“, erklärt Marianne Meyer zu Hörste begeistert.

Auch Markus Diersing, Ausbildungsleiter für die Gärtner bei den Osnabrücker ServiceBetrieben, weiß, dass die Jugendlichen bei solchen Reisen oder Austauschprojekten unheimlich viel Gutes mitnehmen und absolut motiviert zurückkommen. „Zu sehen, dass alles auch ganz anders sein kann als in Deutschland, ist eine wichtige Erfahrung und deshalb sollten Auslandspraktika in der Aus- und Fortbildung noch viel häufiger genutzt und angeboten werden“, meint Diersing, der genau dies durch Ingo Gewohns Reisebericht bestätigt sieht.

Blick über den Tellerrand motiviert

Insgesamt konnten bundesweit sechs Landschaftsgärtner-Azubis an diesem ASF-Programm teilnehmen, welches von der Allianz of America als Sponsor unterstützt wird. Los ging es am Samstag, den 16. Juni 2013, in Frankfurt. Den ersten Abend in den USA verbrachten alle sechs Jugendlichen gemeinsam mit einigen ASF-Freiwilligen und übernachteten zusammen in einem Hostel (Herberge) in Camden. Diese Industrie- und Hafenstadt am Delaware River in New Jersey ist durch den Strukturwandel mittlerweile zu einer der ärmsten und kriminellsten Städte in den USA geworden. Der Drogenhandel wird von verschiedenen Gangs gesteuert, sehr viele Einwohner leben unter der Armutsgrenze. „Unsere

Ankunft dort war richtig aufregend, denn wir wurden sofort von der Polizei angehalten, die wissen wollte, was wir hier in diesem Viertel suchen“, berichten Ingo Gewohn und Marco Weber. Am Sonntag gab es eine Stadtführung in Philadelphia (Pennsylvania) und um Land und Leute näher kennenzulernen, durften sich die Jugendlichen in einem Tauschspiel üben. Ein Brieföffner war der Gegenstand, den es gegen etwas anderes einzutauschen galt. Am Anfang der ersten Woche standen die Erkundung der Stadt Philadelphia, der Besuch des Nationalen Museums zur amerikanisch-jüdischen Geschichte sowie Informationen zu den einzelnen Arbeitsstätten der Jugendlichen auf dem Programm. Am Ende der Woche gab es eine Führung durch Washington, D.C. und die Brookside Gärten. Auch Politik und Gesellschaft in den USA sowie die damit verbundenen sozialen Probleme wurden am Beispiel Baltimores analysiert.

„Ich arbeitete zusammen mit Marco zwei Tage bei ‚New Visions‘. Das ist eine Einrichtung für Obdachlose in Camden, die Kleidung, Essen und die Möglichkeit zum Duschen bietet. Meine Aufgabe war es, zusammen mit Marco, Kaffee auszugeben. In jeder Tasse war gleich viel Zucker drin, damit sich niemand benachteiligt fühlte“, erklärt Gewohn. „Viele der Obdachlosen waren drogenabhängig, nicht immer wirklich bei Sinnen und es ist heftig, zu sehen, wie Drogen einen Menschen zugrunde richten“, schildert Weber. New Visions finanziert sich ausschließlich durch private Spenden. Eine weitere Aufgabe von Marco Weber und Ingo Gewohn war es deshalb, die von Privatpersonen angelieferte Ware auszuladen und aufzuräumen.

USA: Ehrenamtliches Engagement wird extrem großgeschrieben

Drei weitere Tage halfen die beiden Jugendlichen in der „Christus Academy“ mit, einer Schule für sozial benachteiligte Kinder in Camden, die einen sicheren Raum zum Lernen in einem schwierigen sozialen Umfeld bietet. „Leider hatten die Schüler Ferien und so halfen wir mit, die Klassenzimmer für das neue Schuljahr

vorzubereiten. Wir räumten auf, stellten teilweise die Tische und Bänke um, damit der Raum besser genutzt werden kann und tauschten die Plakate an den Wänden aus“, berichtet Gewohn. „Alle Lehrer arbeiten hier ehrenamtlich und die Schüler kommen aus armen Verhältnissen. Im Hostel in Camden zu wohnen, war in Ordnung, doch die Kriminalität ist hier nachts wirklich allgegenwärtig, da fielen schon mal Schüsse und es empfiehlt sich nicht, nachts rauszugehen oder ein rotes T-Shirt zu tragen, das ist hier die Farbe einer Gang“, ergänzt Weber. „Ich bin froh, in Deutschland zu leben. Dass Drogen in Camden für so viele Menschen zum Alltag gehören, habe ich als sehr schlimm empfunden“, erinnert sich Gewohn, der viele Dinge nun ein bisschen anders sieht und weiß, wie wichtig ein intaktes privates Umfeld ist.



Brachte viel Erfahrung mit nach Hause: USA-Reisender Ingo Gewohn (l.) zusammen mit seinem Ausbilder Ralf Herterich (r.).

(Foto: Osnabrücker ServiceBetriebe)

Neben der Arbeit in diesen diversen sozialen Einrichtungen erlebten die sechs Landschaftsgärtner noch einen afroamerikanischen Gottesdienst und einen Sabbatgottesdienst mit Abendessen in einer Reformsynagoge. Am 29. Juni hatten alle wieder deutschen Boden unter den Füßen. Mittlerweile sind mehrere Monate vergangen, doch die gesammelten Eindrücke sind sehr nachhaltig und die Verarbeitung wird, da sind sich beide Azubis einig, noch einige Zeit andauern.

Petra Reidel, Blätterwerk Redaktionsbüro, Grafenau,
www.blaetterwerk-redaktionsbuero.de



Wassergebundene Wege sind ein beliebtes und modernes Gestaltungselement.

(Foto: Ulrike Roth)

Wassergebundene Wege

Nutzung und Belastbarkeit – Fortsetzung des Praxisthemas

Weiterhin im Fokus: wassergebundene Wege, bereits die **Ausbilder-Info Ausgabe 2/2013** und **3/2013** (jeweils S. 7–8) widmeten sich diesem Thema. Nun folgen die Informationen zur Nutzung und Belastbarkeit der Wege.

Ob eine, zwei oder drei Schichten – alle Bauweisen sind vorgesehen für die überwiegende Nutzung durch Fußgänger und erlauben auch Fahrradverkehr. Der Gehkomfort ist bei der 3-Schichtbauweise am günstigsten einzustufen und nimmt zur 1-Schichtbauweise stetig ab. Wird bei der 1-Schichtbauweise die Abstreifung in zu großer Dicke ausgeführt, ist das Begehen äußerst beschwerlich und ermüdend. Darüber hinaus kann die Befahrbarkeit mit Fahrrädern oder Kinderwagen durch die Eindringtiefe der Reifen und dem damit verbundenen Verdrängungswiderstand sogar unmöglich werden. Ein ähnlicher Effekt kann sich auch bei der 2- und 3-Schichtbauweise bei großer Nässe und insbesondere bei Frostaufgang und während der Frost-Tauwechsel-Perioden einstellen. Die Deckschicht weicht auf, weil das Überschusswasser infolge des Frostes nicht im Untergrund versickern kann und im Porenraum verbleibt. Während dieser Zeiten ist es sinnvoll, diese Flächen nur zur eingeschränkten Nutzung freizugeben oder sogar ganz zu sperren. Dadurch können kostspielige Reparaturen vermieden werden.

PKW-Nutzung

Die Nutzung durch PKW sollte der 1-Schichtbauweise vorbehalten sein. Eine PKW-Nutzung ist zwar auch bei der 2-, und 3-Schichtbauweise möglich, da diese die gleichen Tragschichtenanforderungen aufweisen. Der hohe Herstellungsaufwand und die Zerstörung/Beschädigung der Deckschicht und ggf. der dynamischen Schicht durch nicht kontrollierbares Beschleunigungs- und Verzögerungsverhalten der Fahrer sowie durch die Krafteinwirkungen durch Servolenkung sprechen eher gegen eine Nutzung durch PKW. Sollen die 2- und 3-Schichtbauweise dennoch durch PKW genutzt werden, ist ein höherer Aufwand für die Pflege und Unterhaltung erforderlich. Unter Umständen sind bestimmte Vorgaben für die Nutzung mit PKW, zum Beispiel Geschwindigkeiten, Lenkradien, vorzugeben. Dieses gilt auch für die Nutzung durch Pflegefahrzeuge.

Nutzungserweiterung durch ergänzende Wegebeläge

Ergänzende parallel geführte Wegebeläge zum Beispiel aus Pflastersteinen oder mit Platten können wassergebundene Wege ent-

lasten und deren Nutzung erweitern. Sie sind zudem bequemer nutzbar durch Inline-Skater, Gehbehinderte und Rollstuhlfahrer. Unter Sitzgelegenheiten sollten wassergebundene Wege durch befestigte Flächen ersetzt werden, da dort die Deckschicht durch Fußscharren schnell verlagert und beschädigt wird. Die Folge davon ist häufig Pfützenbildung. Auch bildet sich unter Bänken schnell unerwünschter Aufwuchs durch Unternutzung und die Pflege ist in diesen Bereichen aufwändiger. Im Traufenbereich von Gebäuden und auch von Bäumen können der permanente Tropfenfall Verlagerungen und Ausspülungen der Deckschicht verursachen. Hier sollten gegebenenfalls ergänzende Beläge eingesetzt werden.

Einfassungen, angrenzende Flächen

Klare Randabgrenzungen von wassergebundenen Wegen zu benachbarten Flächen lassen sich nur mit erheblichem Pflegeaufwand dauerhaft erhalten, sofern keine Einfassungen verwendet werden. Einfassungen verhindern das seitliche Ausbrechen der einzelnen Schichten, das Einwachsen von Vegetation und reduzieren die Zufuhr von Fremdwasser. Wird auf eine Einfassung verzichtet, ist jede Schicht um jeweils ca. 10 cm breiter auszubilden als die darüber liegende Schicht. Der Anschluss der Deckschicht sollte ca. 1 cm über der Einfassung liegen. Dadurch ist der Oberflächenabfluss gewährleistet und ein Wasserstau vor der Einfassung wird vermieden.

Empfindliche angrenzende Oberflächenbeläge (zum Beispiel Kunststoffrasenflächen, Gebäudeeingänge, Parkett, weiche Natursteine, Holz) können durch den Eintrag von Deckschichtmaterial in Mitleidenschaft gezogen werden. Die Übergangsbereiche sollten deshalb so gestaltet werden, dass Beschädigungen und auch Verschmutzungen weitestgehend vermieden werden, zum Beispiel durch die Anordnung ausreichend bemessener Sauberlaufzonen, den Einbau von Fußabtrittrosten oder Fußmatten.

Pflege und Instandhaltung

Die anhaltende Funktionsfähigkeit von wassergebundenen Flächen ist immer abhängig von der Art der Nutzung, der

Nutzungsintensität und darauf abgestimmter regelmäßiger Unterhaltungspflege. Bei der Pflege ist zu beachten, dass Fahrzeuge, Maschinen und Geräte nur mit Schrittgeschwindigkeit gefahren werden und bei Kurvenfahrten große Radien gewählt werden, um Verschiebungen der Deckschicht zu vermeiden. Starkes Beschleunigen, heftiges Bremsen und abruptes Anhalten der Pflegefahrzeuge sollte unterbleiben. Die Fahrzeuge sollten mit Niederdruckreifen ausgerüstet sein und über möglichst glatte Bereifung verfügen. Während der Frost-Tauwechselperioden sollten wassergebundene Flächen nicht befahren werden.

Notwendigkeit, Art, Umfang und Zeitpunkt von Einzelleistungen zur Instandhaltung richten sich nach dem Bedarf, insbesondere können nachfolgende Leistungen bei wassergebundenen Flächen erforderlich werden: Reinigen des Belages und der Entwässerungseinrichtungen, Egalisieren und abschleppen, Beregnen, Walzen, Auflockern des Belages bei nachlassender Wasserdurchlässigkeit sowie Winterdienst.

Bei allen Pflegeleistungen ist auf eine ausreichende Materialfeuchtigkeit der wassergebundenen Fläche zu achten. Unkrautwuchs und Beschädigungen der Deckschicht sind möglichst kurzfristig zu beseitigen, um zeit- und kostenintensiven Reparaturen und Renovationen vorzubeugen. Als häufigste Pflegeleistungen sind das regelmäßige abschleppen, egalisieren, beregnen und walzen der Flächen zu nennen.

Die Deckschichten der 2- und 3-Schichtbauweise benötigen zum Erhalt einer ausreichenden Scherfestigkeit und insbesondere zur Staubbildung immer ein gewisses Maß an Feuchtigkeit. In Trockenperioden und bei länger ausbleibenden natürlichen Niederschlägen sollten Deckschichten deshalb zusätzlich beregnet werden. Da dieses vielerorts weder logistisch noch aufgrund knapper Kassen finanziell zu bewältigen ist, empfiehlt es sich, zumindest vor planbaren Veranstaltungen oder bei zu erwartendem hohen Besucherandrang (vor Wochenenden, Festtagen, Feiertagen) die wassergebundenen Wege ausreichend zu beregnen. Nicht

nur die Besucher werden es Ihnen danken.

Sofern Winterdienst erforderlich wird, ist zu beachten, dass auf den Einsatz von Taumitteln und Salzen verzichtet wird. Das Schieben von Schnee sollte unterbleiben, weil dadurch die Flächen häufig nicht nur beschädigt, sondern einzelne Schichten ganz zerstört werden können. Sinnvoll ist das Streuen/Abstumpfen der Flächen mit dem Reservematerial der Deckschicht.

Fazit

Wassergebundene Wege nehmen bei der Gestaltung von Wegen und Plätzen immer mehr an Bedeutung zu. Das ist nicht weiter verwunderlich, lassen sich damit doch Flächen in allen erdenklichen Formen herstellen, die sich darüber hinaus ganz phantastisch in die Topographie der sie umgebenden Landschaft einbinden und dabei immer noch sehr natürlich wirken. Die Vielfalt der möglichen Oberflächenausbildungen hinsichtlich Material, Farbe und Struktur lässt kaum Wünsche offen.

Heinz Schomakers, BGL, Bad Honnef

Ein neues Beratungstool für Unternehmen

Seit Mitte 2013 ist es im Angebot, das Beratungstool der Agenturen für Arbeit, das sich an alle, vorrangig jedoch an kleine und mittlere Unternehmen wendet. Kostenfrei stehen Experten der „Qualifizierungsberatung“ zur Verfügung, um Unternehmen bei der Planung ihres Fachkräftebedarfs und den Umsetzungsmaßnahmen behilflich zu sein.

Für die Qualifizierungsberatung haben sich die Agenturen für Arbeit bzw. die Arbeitgeberservices der Agenturen auf dem Themenfeld „Fachkräftemangel“ von der Unternehmensberatung Kienbaum & Partner schulen lassen. Das Ziel der Qualifizierungsberatung: Die Geschäftsführung und die Führungskräfte mit Personalverantwortung im Bereich der Personalplanung fit für die Zukunft zu machen. Mit Blick auf die oft noch unzureichend genutzten Potenziale der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, berät die Agentur bei der eigenständigen Planung und Organisation einer systematischen und nachhaltigen Personalentwicklungsstrategie.

Baustein-Angebote

Die Demografieanalyse – „Wie alt ist Ihr Personal in fünf oder zehn Jahren?“ Mit dem Einsatz von Analysetools, z. B. Altersstrukturanalysen, werden die Unternehmen bei der Identifizierung von Risikobereichen und Ansatzpunkten zur Bearbeitung der festgestellten Handlungsbedarfe unterstützt.

Personalstruktur- und Bildungsbedarfsanalyse – „Verfügen die Mitarbeiter über das Know-how, das für das Unternehmen benötigt wird?“, fragen die Berater zur weiteren Analyse. Anhand der Zusammensetzung der Belegschaft in Bezug auf verschiedene Kriterien (z. B. vorhandene Qualifikationen) werden personalwirtschaftliche Risiken und

Indikatoren für Bildungsbedarf identifiziert sowie geeignete Maßnahmen abgeleitet.

Die Bildungsbedarfsplanung zeigt auf, „wo und wie Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen am besten lernen“. Es werden Kriterien zur Auswahl eines Bildungsanbieters aufgezeigt und verschiedene Lernformen mit ihren Vor- und Nachteilen vorgestellt.

Auch das Bildungscontrolling wird nicht vernachlässigt. „Lohnt sich die Investition für das Unternehmen?“ Interessenten, die dieses Beratungstool annehmen, lernen geeig-

Impressum

Herausgeber: AuGaLa | Haus der Landschaft | 53602 Bad Honnef | Tel.: 02224 7707-0 | Fax: 02224 7707-77 | www.augala.de | info@augala.de | Verantwortlich: Dr. Hermann Kurth

Redaktion: Roger Baumeister | Reiner Bierig | Franz-Josef Löhmann | Klaus Fink | Angelika Kaminski | Axel Niemetz | Sabine Weller | Thomas Wiemer

Herstellung: signum|kom, Köln
Druck: Strube Druck & Medien OHG, Felsburg

Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung des Herausgebers wieder.

©2014 Ausbildungsförderwerk Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau e. V.

nete Evaluationsmethoden kennen, mit denen sie feststellen können, ob und wie sich die Investition in betriebliche Weiterbildung auf den Unternehmenserfolg auswirkt.

Mit der Lösung nicht alleine

Die Beratung orientiert sich individuell an jedem Unternehmen. Es bleibt frei entscheidbar, ob alle oder nur ausgewählte Beratungsbereiche in Anspruch genommen werden sollen. Praxiserprobte Instrumente und Handlungshilfen der „Initiative Neue Qualität der Arbeit“ (www.inqa.de), die sich mit der zukunftsgerichteten Gestaltung der Arbeitswelt befasst, finden Anwendung. Zu

dieser Initiative gehören auch zahlreiche Expertentipps und Best-Practice-Beispiele, sowohl allgemein als auch branchenspezifisch, in den vier Themenfeldern: Personalführung, Chancengleichheit und Diversity, Gesundheit, Wissen und Kompetenz.

Mit dem Modul „Initiierung von Qualifizierungsverbänden (QV)“ gibt es weitere Hilfestellungen. Ein Qualifizierungsverbund setzt sich aus mehreren Betrieben zusammen mit dem Ziel, gemeinsam Qualifizierungsangebote für die Belegschaft zu planen und durchzuführen. So gibt es Bildungsangebote, die speziell auf die Bedürfnisse zugeschnitten sein können. Mit Partnern zusam-

men ergibt sich eine effektivere Weiterbildungsgestaltung, wie zum Beispiel durch die Kontaktvermittlung von Unternehmen aus der Region mit ähnlichem Bildungsbedarf – auch für Erfahrungsaustausch und Weiterbildungskooperation.

Neben weiteren Themen-Informationen der Arbeitsagentur (www.arbeitsagentur.de) behandeln auch die Internetseiten www.fachkräfte-offensive.de sowie www.kompetenzzentrum-fachkraeftesicherung.de die Personalbedarfsplanung.

Sabine Weller, VGL Nordrhein-Westfalen, Oberhausen-Borbeck

Programmübersicht WdA-Seminare

Informieren Sie sich näher bei Ihrem Landesverband über die Seminare

Zeitraum	Titel	Referent	Ort
Landesverband Baden-Württemberg			
07./08.02.2014	Fit für die Zukunft: Probezeit und Ausbildung optimal gestalten	Eberhard Breuning	Leinfelden-Echterdingen
14.02.2014	Keiner geht verloren: Ausbildung gut organisieren und erfolgreich durchführen	Albrecht Bühler	Leinfelden-Echterdingen
21./22.11.2014	Gestern zu locker, heute strenger? Wie Sie Azubis (wieder) konsequent führen	Eberhard Breuning	Leinfelden-Echterdingen
28.11.2014	Erfolgreich ausbilden bedeutet: Alle in einem Boot!	José Flume	Heidelberg
Verband Bayern			
26.02.2014	Konflikte professionell klären	José Flume	Nürnberg
27.02.2014	Konflikte professionell klären	José Flume	Gräfelfing
Fachverband Berlin und Brandenburg			
13./14.02.2014	Begeisterung für den Beruf wecken und erhalten – mit FISH!	José Flume	LAGF Großbeeren
Fachverband Hamburg			
03./04.02.2014	Komplexe Aufgaben in der Gruppe bewältigen	Stephan Möller	Aukrug-Tannenfelde
Fachverband Hessen-Thüringen			
23.07.2014	WdA-Mnemonik für Ausbilder: Die besten Werkzeuge für Ihr Gehirn	Tobias Bartel	Wiesbaden
Fachverband Niedersachsen-Bremen			
21./22.02.2014	Vom Azubi zur Fachkraft	Jörg Buschfeld	Bremen
Fachverband Nordrhein-Westfalen			
21./22.02.2014	Auszubildende fordern und fördern	Eberhard Breuning	Oberhausen
21./22.03.2014	Nachwuchswerbung, Rekrutierung, Auswahl – die Basis für eine gute Ausbildung	Evelyn Knüfermann	Oberhausen
28./29.03.2014	Fit für die Zukunft – die Probezeit optimal und nachhaltig gestalten	Eberhard Breuning	Oberhausen
Verband Sachsen			
24./25.02.2014	Keiner geht verloren: Ausbildung gut organisieren und erfolgreich durchführen	Albrecht Bühler	Kesselsdorf
03./04.04.2014	Pflanzenkenntnisse methodisch abwechslungsreich und nachhaltig vermitteln	Christa Hiltmann	Dresden-Pillnitz
Verband Sachsen-Anhalt			
17./18.02.2014	Wie bringe ich meinen Azubi wirtschaftliches Denken bei	Eberhard Breuning	Sangerhausen
Fachverband Schleswig-Holstein			
14./15.02.2014	Ausbilder sind Führungskräfte im Unternehmen	Wolf Braune	Aukrug-Tannenfelde