

Inhaber Michael Christmann ist begeistert davon, Nachwuchs für das Handwerk gewinnen zu können.



Mit Kindergartenworkshops lernen die Kinder spielerisch das Handwerk kennen.



Bei Projekten mit Kindern, kann ein Interesse an einer Ausbildung geweckt werden.



## Die Generation Nachwuchs erreichen

Michael Christmann leitet seit Jahren erfolgreich sein Stuckateurunternehmen. Stuck Belz führt alle gängigen Arbeiten aus und konnte schon einige Preise gewinnen, so auch 2017 den „Ludwig“ als bestes mittelständisches Unternehmen in der Kategorie Marketing, 2021 den Innovationspreis „RHEINLAND GENIAL“ für das Handwerk. Besonders wichtig ist ihm aber auch der Gewinn von Nachwuchs. Michael Christmann erzählt uns, wie das mit spannenden Aktionen gelingt.

Vor vielen Jahren war es meine Tochter, die im Kindergarten erst dann locker ließ als die Leitung einem Besuch in Papas Stuckwerkstatt zusagte. Mehr oder weniger war das in der Mitte der 2000er-Jahre der Startschuss für ein damals noch unklares Förderprogramm Nachwuchs. Der Besuch hat nicht nur den Kindern gefallen. Mein Werkstattleiter und ich selbst sind immer wieder froh einer Kindergartengruppe oder einer Schulklasse unseren Beruf vorzustellen und in die glücklichen Gesichter unserer jungen Besucher zu schauen, wenn diese ihren ersten Abguss aus der Form nehmen. Die kleinen Kunstwerke aus Gips zeigen sicher nur einen winzigen Teil unseres Handwerks, aber sie können nachhaltig eine Tür in der Wahrnehmung der Kinder öffnen. So war es vor fünf Jahren der fünfjährige Liam, der nach einem solchen Besuch bei uns stolz zu Hause erzählt hat er möchte Stuckateur werden. Das hat ihn und seine Eltern so sehr beschäftigt, dass sie die WDR Maus über die Möglichkeit eines solchen Besuchs informiert haben. In einem Brief an die Maus hat Liam erzählt, wie gut es

ihm gefallen hat und dass die Maus sich das doch auch mal ansehen sollte. Jedes Jahr am 03. Oktober ist der bundesweite Aktionstag Türen auf für die Maus an dem wir seitdem teilnehmen. Die Teilnahme ist dabei für jedes Unternehmen möglich und sehr gut organisiert. Dieser Tag eignet sich ebenfalls hervorragend, um mit den Eltern der Kinder ins Gespräch zu kommen, während die Kinder in der Werkstatt den Beruf des Stuckateurs kennenlernen.

### Generationenübergreifende Begeisterung

Besuche von Schulklassen sind immer eine gute Gelegenheit, um mit Schülern aller Altersklassen ins Gespräch zu kommen. Immer wieder erstaunlich, wie wenige Handwerksberufe überhaupt noch in der Wahrnehmung der Kinder und Jugendlichen sind. Oft kommen mit „Mühen und Helfen“ 20 Berufe zusammen. Schon seit den ersten Kindergartenbesuchen haben wir von verschiedenen Motiven ausreichend viele Formen, dass immer die gesamte Besuchergruppe eine praktische Arbeit machen und anschließend mitnehmen kann. Die Besucher kommen



Die ersten Kunstwerke aus Gips begeistern Jugendliche wie Erwachsene.

und erleben das Handwerk hautnah und können die gemachten Erfahrungen mit nach Hause nehmen. Das Alter der Besucher spielt dabei nur eine untergeordnete Rolle. Die Freude den ersten Abguss aus der Form zu nehmen ist bei allen Altersklassen, auch bei den erwachsenen Besuchern, immer gleich. Für uns als Gastgeber bleibt am Ende einer solchen Veranstaltung das gute Gefühl den Besuchern ein Stück vom Handwerk gezeigt zu haben. Was ein Stuckateur macht, wissen alle die mal bei uns waren und werden es vermutlich auch nicht wieder vergessen.

#### Einem guten Anlass finden

Neben den Besuchen gibt es viele andere Möglichkeiten dieses Konzept auf andere Orte oder Gelegenheiten zu übertragen. Als Beispiele eignen sich Girls Day, Maustag, Tag des Denkmals, Tag des Handwerks, Schulveranstaltungen, Berufsbörsen, Stadtfeste, diese Liste könnte ich beliebig fortsetzen. Damit die Ansprache der Schüler möglichst authentisch und in deren Sprache ist bilden wir seit einigen Jahren alle Auszubildenden zu Ausbildungsbotschaftern weiter, die dann in den Schulen unseren Beruf vorstellen. Aktiv werden dabei Ferienjobs oder Praktikumsplätze angeboten.

Über alle Aktionen berichten wir auf unserer Homepage und in den Kanälen der sozialen Medien. Die hier erreichte Aufmerksamkeit führt uns wiederum zu neuen Projekten oder Gelegenheiten den Beruf einer neuen Gruppe vorzustellen. Bei der digitalen Darstellung gibt es ebenfalls schöne Möglichkeiten sich als Unternehmen zu präsentieren. So haben in diesem Jahr der Girlsday und eine Veranstaltung im Rahmen des freiwilligen sozialen Jahres in der Denkmalpflege erstmals in einem hybriden Format stattgefunden. Im Hinblick darauf, dass höchstwahrscheinlich kein Girlsday in Präsenz stattfinden würde haben wir uns gemeinsam mit den Auszubildenden überlegt, wie wir einen solchen Tag online spannend und zum Mitmachen gestalten können. Die beiden Damen aus dem ersten Lehrjahr haben die gemeinsamen Ideen umgesetzt und in einem selbstgemachten Film



Öffentlichen Veranstaltungen, wie der „Herbstmarkt“, sind eine gute Gelegenheit für eine Ausbildung Werbung zu machen.



Bei Besuchen beim Unternehmen, lernen Kinder und Jugendliche das Handwerk kennen.

Alle Fotos: Stuck Belz

die Fragen der Teilnehmerinnen von den Arbeitskollegen beantworten lassen. Um einen praktischen Teil durchführen zu können, haben wir früh genug ein Paket mit Arbeitsmaterialien an die Teilnehmerinnen verschickt. Also alles wie immer, betrachtet man das Ergebnis des Tages mit dem gleichen Erlebnis etwas selbst gegossen zu haben, ergänzt darum, dass diesmal alle bei sich zu Hause waren und nicht in der Werkstatt. Eine Teilnahme bei uns vor Ort wäre sonst von Hamburg oder Hannover eher schwierig gewesen. Das alles klingt nach Arbeit? Ist es auch, aber es lohnt sich! In diesem Jahr hatten wir die Qual der Wahl. Aus rund 80 Bewerbern konnten wir uns die zwei am besten zum Team passenden aussuchen und für eine Ausbildung zum Stuckateur bei uns aufnehmen. Alle anderen Bewerber wurden nach der Absage bei uns an die Vermittlung der Handwerkskammer weitergeleitet. Der ganze Aufwand lohnt sich für uns. Bereits in den vergangenen Jahren hatten wir immer sehr viele Bewerbungen. Die gemachten Erfahrungen zeigen, dass dieser Aufwand von vielen Bewerbern gesehen und entsprechend honoriert wird.

*Michael Christmann*