

# Learning by doing

Auszubildende übernehmen Verantwortung und gewinnen an Durchblick

Das Organisieren einer Modenschau und eines Vorher-Nachher-Events zählten zu den besonderen Herausforderungen von 'Böckmann's Lernwerkstatt'.



Die 'Matrosen' freuten sich über den Sieg über die 'Lederhosen' bei der Azubi-Battle von Marc O'Polo. Foto: Jonathan Miske / Marc O'Polo

Als Goethes 'Zauberlehrling' die Abwesenheit des Meisters dazu nutzt, seine Fähigkeiten zu erproben, gerät die Sache ziemlich aus den Fugen. Dass das nicht so sein muss, dürfen immer mehr Auszubildende im Handel unter Beweis stellen, indem sie für einige Zeit die Leitung von Filialen übernehmen. Schließlich gilt, um bei Goethe zu bleiben: „Grau, teurer Freund, ist alle Theorie.“

Das dachte sich auch der Modefilialist Böckmann und führte im Januar 2015 erstmalig 'Böckmann's Lernwerkstatt' im Modehaus und im Young-Fashion-Store 'Riccio 1' in Friesoythe durch. „Ziel dieser Aktion war es, die Auszubildenden eigenverantwortlich das Tagesgeschäft leiten und Entscheidungen treffen zu lassen“, erläutert Ines Böckmann. In den zwei Projektwochen fielen Kundenberatung, Verkaufsgespräche sowie das gesamte Kassenwesen in den Aufgabenbereich der Nachwuchskräfte. Zudem hatten sie darauf zu achten, dass alle Abteilungen ausreichend besetzt waren, nahmen neue Ware entgegen, kontrollierten Lieferscheine und pflegten sie in das WaWi-System ein. Eine zusätzliche Herausforderung stellte das

Planen und Organisieren einer Modenschau sowie einer Vorher-Nachher-Aktion dar. „Die Azubis haben während der Lernwerkstatt viele Erfahrungen gesammelt und dabei auch einiges über sich selbst gelernt“, zieht Ines Böckmann ein positives Fazit.

Zu einer Azubi-Battle zwischen Hamburg und München forderte Marc O'Polo seine Auszubildenden im Bereich Retail heraus. Für einen Tag bekamen zwei Teams die Verantwortung für je einen Store der Stephanskirchener übertragen. Spielerisch sollte hiermit der Blick auf spätere Verantwortungsbereiche gelenkt werden. Den Wettstreit konnten auf Basis des Umsatzes knapp die Hamburger für sich entscheiden. Um größeres Verständnis für die Arbeit der Kollegen, mehr Motivation, Eigenverantwortung und persönliche Weiterentwicklung ging es dem Männermode-Spezialisten Engbers. Unter dem Motto „Jetzt sind wir die Chefs!“ erhielten sieben angehende Bürokauffrauen bzw. Groß- und Einzelhandelskauffrauen aus der Zentrale in Gronau die Möglichkeit, eine Filiale in Münster für zwei Wochen zu leiten. In Eigenregie und während der Öffnungszeiten völlig auf sich allein gestellt, über-



nahmen sie Präsentation, Beratung und Verkauf. Vorbereitet wurden sie auf diese Aufgabe durch eine Verkaufsschulung, Informationen zu Warenkunde und aktueller Kollektion sowie einigen Schnuppertagen in Engbers-Filialen.

In allen Fällen war das Resümee von Arbeitgeber, Kunden und Azubis positiv. Des 'Pudels Kern' erkennt man halt zuweilen erst, wenn man den Blickwinkel ändert. UAK

## Nachwuchs online rekrutieren

Marc O'Polo setzt im Bereich Nachwuchsrekrutierung seit 2012 u.a. auf die Online-Plattform Azubiyo. Die 2009 in München von Florian Schardt und Joachim Geitner gegründete Recruiting-Website vereint eine klassische Stellenbörse mit dem Prinzip des passgenauen Matchings von Unternehmen und Schülern. Dafür werden mithilfe eines Berufswahltests die Angaben der Ausbildungsinteressen zu Schulnoten, Stärken und Wünschen mit konkreten Stellenanzeigen von Unternehmen abgeglichen. So wird den Schülern nicht nur ein Beruf, sondern auch gleich die passende Ausbildungsstelle vorgeschlagen. Das Prinzip funktioniert auch andersherum: Über ein Active-Sourcing-Tool können Unternehmen selbst aktiv werden und die besten Kandidaten mit wenigen Klicks direkt zur Bewerbung auffordern. Karsten Schmidt, Junior HR Manager Job Education Retail bei Marc O'Polo, zur Resonanz: „Allein für den kommenden Ausbildungsjahrgang 2015/16 erhielten wir bis März 2015 über 230 Bewerbungen.“