

FS³

Fachkräftesicherung mit System und Strategie

11 / 2025



Ein Projekt des

LEHRBAUHOFF | BERLIN

Berufsförderungswerk der Fachgemeinschaft Bau Berlin und Brandenburg gGmbH

Eine 100%-ige Tochter der Fachgemeinschaft Bau Berlin und Brandenburg e.V.

gefördert durch



FACHGEMEINSCHAFT BAU
BERLIN UND BRANDENBURG e.V.



SOZIALKASSE
DES BERLINER BAUGEWERBES

Liebe Ausbildungsverantwortliche,
liebe Unternehmerinnen und Unternehmer,

der Wettbewerb um Nachwuchs und Fachkräfte im Bauhauptgewerbe ist intensiver denn je. Umso wichtiger ist es, junge Menschen nicht nur für eine Ausbildung zu gewinnen, sondern sie auch langfristig zu binden. In dieser Ausgabe erhalten Sie praxisnahe Impulse und aktuelle Angebote, die Sie dabei unterstützen:

▮ ***Was zählt wirklich bei der Fachkräftebindung?*** Die neue Cobalt Markt- und Karrieretrendanalyse 2025 zeigt: Wertschätzung, moderne Führung und flexible Arbeitsmodelle sind entscheidender als Gehalt.

▮ ***Übergangsunterkunft für Auszubildende:*** Das DJH Berlin-Brandenburg bietet bezahlbare Long-Stay-Angebote für junge Menschen, die zu Ausbildungsbeginn noch keine feste Bleibe haben.

▮ ***Generation Alpha verstehen:*** Wer die Werte und Erwartungen der nächsten Azubi-Generation kennt, kann gezielter motivieren und binden.

▮ ***Neues Recruiting-Tool für Brandenburg:*** Mit dem SINUS-Zielgruppengenerator sprechen Sie Bewerber:innen passgenau und wirksam an.

Nutzen Sie diese Impulse, um Ihre Ausbildungsangebote zukunftsfest zu gestalten, denn die Fachkräfte von morgen entscheiden heute, wo sie sich wohlfühlen und bleiben.

Ihr FS³-Team
Marc, Florian und Göran

Fachkräftebindung im Bauhauptgewerbe: Was wirklich zählt

Wie gelingt es Bauunternehmen, ihre besten Fachkräfte langfristig zu halten? Die aktuelle Cobalt Markt- und Karrieretrendanalyse 2025 liefert dazu aufschlussreiche Antworten – basierend auf den Einschätzungen von über 850 Fach- und Führungskräften aus der Bau- und Immobilienwirtschaft.

Die zentrale Erkenntnis: Wertschätzung schlägt Gehalt.

Während klassische Faktoren wie Vergütung und Standort weiterhin eine Rolle spielen, gewinnen sogenannte „weiche Faktoren“ zunehmend an Bedeutung. Dazu zählen:

- ▣ Moderne Führungskultur mit klarer Kommunikation und echter Beteiligung
- ▣ Flexible Arbeitsmodelle, die auf Lebensrealitäten eingehen
- ▣ Transparenz und Perspektiven, die Vertrauen schaffen
- ▣ Anerkennung und Wertschätzung im Arbeitsalltag

Für ausbildende Unternehmen bedeutet das: Wer junge Menschen für das Bauhauptgewerbe begeistern und langfristig binden will, muss mehr bieten als gute Ausbildungsvergütung. Eine offene Unternehmenskultur, individuelle Entwicklungsmöglichkeiten und echte Wertschätzung sind entscheidend – auch und gerade in der Ausbildung.

Unser Tipp: Nutzen Sie die Erkenntnisse der Studie, um Ihre Ausbildungsangebote und Führungsansätze zu reflektieren. Denn die Fachkräfte von morgen entscheiden heute, wo sie sich wohlfühlen – und bleiben.

weitere Informationen zur Studie ▣ [Website](#)

Übergangsunterkunft für Auszubildende Long-Stay-Angebote in Berliner Jugendherbergen

Für Auszubildende, die zu Beginn ihrer Lehre noch keine feste Unterkunft gefunden haben, bietet das Deutsche Jugendherbergswerk (DJH) Berlin Brandenburg eine kurzfristige und bezahlbare Wohnmöglichkeit an.

Im Rahmen des „Long-Stay“-Angebots können Auszubildende und Studierende in den Jugendherbergen Berlin-International und Potsdam für mehrere Wochen oder Monate wohnen.

Rahmenbedingungen:

- Zeitraum 01.11.2025 bis 28.02.2026
- Mindestaufenthalt 15 Übernachtungen
- Kosten ab ca. 22 € pro Nacht inkl. Frühstück
- Einzelzimmer mit Dusche/WC, Bettwäsche, wöchentliche Reinigung
- Nutzung von Gemeinschaftsräumen, Waschmöglichkeiten, Abendessen optional
- Voraussetzung Mitgliedschaft im Deutschen Jugendherbergswerk (kann unkompliziert bei Anmeldung abgeschlossen werden)

Das Angebot richtet sich insbesondere an junge Menschen, die zu Ausbildungsbeginn eine vorübergehende Unterkunft benötigen. Die Jugendherbergen liegen zentral und sind gut an den öffentlichen Nahverkehr angebunden.

Weitere Informationen [Website](#)

Gen- α - Wiki

In einer losen Serie stellen wir Ihnen die Generation Alpha vor – die nächste Generation potenzieller Fachkräfte. Unser Ziel ist es, Ihnen frühzeitig Einblicke in deren Lebenswelt zu geben, um einen möglichst reibungslosen Übergang von der Schule in die Ausbildung zu fördern. Seit September 2025 beginnt diese Generation mit ihrer beruflichen Orientierung – eine gute Gelegenheit, frühzeitig den Kontakt herzustellen.

004: Welche Werte und Motivationen prägen Generation Alpha?

Generation Alpha wächst nicht nur digital auf — sie hat schon früh Vorstellungen davon, was ihr wichtig ist. Wer diese Werte kennt, kann als Ausbildungsbetrieb gezielter motivieren und ansprechen.

Zentrale Werte & Motivationen (laut Generation Thinking & Forschung)

Authentizität & Glaubwürdigkeit

Generation Alpha will nicht nur hören, dass ein Betrieb nachhaltig oder fair handelt — sie erwartet es. Leere Versprechen („grünes Marketing“) durchschauen sie schnell.

Verantwortung & Nachhaltigkeit

Umwelt- und Klimaschutz sind nicht nur Themen in der Schule, sondern Grundwerte. Betriebe, die z. B. ressourcenschonend bauen oder Recycling einsetzen, punkten besonders.

Soziale Gerechtigkeit & Vielfalt

Unterschiedliche Herkunft, Geschlecht, Lebensmodelle — alles soll akzeptiert sein. Fairer Umgang, Diversität im Team und Offenheit zählen.

Sinn & Beitrag zum Ganzen

Arbeiten soll mehr sein als nur Geld verdienen. Viele junge Menschen möchten wissen: Was bringt mein Einsatz? Ein realer Beitrag, etwa in einem sozialen oder nachhaltigen Bauprojekt, motiviert stärker als rein monetäre Anreize.

Sicherheit & Absicherung

In unsicheren Zeiten ist Stabilität besonders attraktiv. Ein verlässlicher Arbeitsplatz mit fairen Bedingungen gibt Sicherheit — und ist ein Motivationstreiber.

Selbstwirksamkeit & Gestaltungsspielräume

Generation Alpha möchte mitbestimmen. Sie wollen nicht nur Aufgaben erledigen, sondern mitentscheiden, mitgestalten und Verantwortung übernehmen.

Technologie als Umfeld, nicht als Luxus

Technik ist für sie selbstverständlich. Der Einsatz moderner Tools, digitaler Hilfsmittel oder Apps wird als normal vorausgesetzt, nicht als Bonus.

Praxis-Tipps für Ausbildungsbetriebe

□ Zeigen Sie Werte in der Praxis

Machen Sie Nachhaltigkeit sichtbar: berichten Sie von Bauprojekten mit Recycling regenerativen Baustoffen oder energieeffizienten Lösungen.

□ Vergeben Sie Gestaltungsspielräume

Geben Sie Auszubildenden kleine Projektverantwortung: z. B. die Gestaltung eines Bauabschnitts, Materialwahl, Planung.

□ Kommunizieren Sie transparent

Erklären Sie nicht nur das „Was“, sondern auch das „Warum“: Warum nutzt Ihr Betrieb bestimmte Materialien? Wie wird mit Umweltaspekten umgegangen?

□ Fairness und Vielfalt leben

Achten Sie auf ein wertschätzendes Betriebsklima, beteiligen Sie alle Mitarbeitenden unabhängig von Herkunft oder Geschlecht.

□ Sichern Sie Perspektiven & Verlässlichkeit

Klare Ausbildungswege, gute Bedingungen, langfristige Chancen — diese Sicherheit

wirkt motivierend und bindend.

▮ **Praxistip für Ihr Unternehmen**

Reflektieren Sie Ihre Arbeitsweise: Spiegeln Ihre Werte, Ihre Kommunikation und Ihre Projekte die Werte, die der Nachwuchs empfindet? Wenn nicht — starten Sie heute damit. Denn Werte, die glaubwürdig gelebt werden, erzeugen Motivation, Vertrauen und Bindung.

weitere Informationen ▮ [Institution für Generationenforschung](#)

Nächster Eintrag ▮ 005: Digitale Lernformate für die Ausbildung der Zukunft

Neues Recruiting-Tool für das Bauhauptgewerbe in Brandenburg

Liebe Ausbildungsverantwortliche, liebe Unternehmerinnen und Unternehmer, der Wettbewerb um Nachwuchs und Fachkräfte ist im Bauhauptgewerbe härter denn je. Das SINUS-Institut startet nun in Brandenburg ein Modellprojekt, das genau hier ansetzt: „Recruiting mit dem SINUS-Zielgruppengenerator“ – ein digitales Werkzeug, das Betriebe unterstützt, Bewerberinnen und Bewerber gezielter und wirksamer anzusprechen.

Das bietet das Tool:

- Zielgruppenwissen auf Knopfdruck: Erkennen, was junge Menschen motiviert und anspricht.
- Passgenaue Ansprache: Abgleich von Unternehmenswerten und Bewerberprofilen.
- Regionale Karten: Wo in Brandenburg potenzielle Auszubildende leben.
- KI-gestützte Ideen: Vorschläge für Texte, Bilder und Kampagnen.
- Praktische Ergebnisse: Ihr individuelles Recruiting-Handbuch mit Handlungsempfehlungen.

Gerade kleine und mittlere Betriebe im Baugewerbe profitieren durch:

- weniger Streuverluste,
- gezieltere Ansprache,
- mehr passende Bewerbungen.

Das Projekt wird vom Land Brandenburg und der EU gefördert – und läuft über zwei Jahre. Unternehmen können aktiv teilnehmen und von Anfang an mitgestalten.

Informationen und Beteiligungsmöglichkeiten unter [Website](#)

Fazit: Eine starke Initiative, um Ausbildung und Fachkräftesicherung in unserer

Weisheit des Monats

*Wer schreibt, statt zu handeln, verliert beides:
Zeit und Wirkung.*

Berufsförderungswerk der FG Bau Berlin und Brandenburg gGmbH
Beißstraße 12
12277 Berlin

www.lehrbauhof-berlin.de

[Abmeldelink](#) | [Unsubscribe](#) | [Lien de désinscription](#)