

Herzklopfen beim Steinklopfen

Vor über einem Jahr fiel der Startschuss für die Nachwuchskampagne »Stein macht stolz«. Bereits im Januar letzten Jahres zeigte die vom Berufsbildungswerk des Steinmetz- und Bildhauerhandwerks (bbw) initiierte Kampagne Wirkung. Wir haben die Kampagnenmacher und drei Ausbildungsbetriebe zu ihren Erfahrungen bei der Nachwuchsgewinnung befragt.



Die Nachwuchskampagne »Stein macht stolz« des bbw und Dirk Steiger Foto: Tobias Vorherr

Der Kopf ist rund, damit das Denken die Richtung ändern kann.« Mit diesem Zitat beschreibt der französische Künstler Picabia, dass Menschen neue Denkmuster brauchen, wenn sie ihre Gefühle und ihr Handeln verändern wollen. Wie effektiv so ein »Neudenken« sein kann, zeigt die Nachwuchskampagne »Stein macht stolz«. Seit über eineinhalb Jahr fluten smarte Sprüche und Bilder zum Steinmetzberuf die sozialen Medien. Die Beiträge wollen mit Humor und Charme zum Nachdenken anregen – und so den Nachwuchs auf das Handwerk aufmerk-

sam machen. Kick-Off der Kampagne war auf der Stone + tec 2022 in Nürnberg (Naturstein 8/2022, S. 42). Ein halbes Jahr später konnten sich die Zahlen zur Social Media-Reichweite bereits sehen lassen (Naturstein 1/2023, S. 14): mehr als 7.000 gespeicherte Inhalte, rund 24.000 Likes und fast über 600.000 Kontakte. Seitdem hat sich einiges getan.

Das Handwerk wird sichtbarer

Dem bbw zufolge kamen letztes Jahr rund 281.000 neue Kontakte hinzu – fast die Hälfte der vorher gewon-



KURZINFO

Erhöhte Lohntarife

Die Tarifvertragsparteien – der Bundesverband Deutscher Steinmetze (BIV) und der IG Bau – haben die Ausbildungsvergütung erhöht. Seit dem 1. August 2023 erhalten Lehrlinge im ersten Jahr 890 €, im zweiten 990 € und im dritten 1.140 €. Im Folgejahr werden die Vergütungen laut dem BIV nochmals um 35 € im Monat steigen.

nenen Kontakte. Mittlerweile hat die Kampagne über 1.250 Follower (Stand: Dezember 2023). Das entspricht etwa drei neuen Followern pro Tag. Von diesen drücken im Schnitt 10 % auf den Like-Button, im harten Kern der Betriebe sind es sogar bis zu 30 %. Es wurden auch über 30 % mehr externe Kontakte über Hashtags erzielt. Mit rund 160 Posts, 250 Stories und 40 Reels konnte die Engagement-Rate um 6,5 % gesteigert werden. Das führt laut bbw zu einem sehr positiven Dialog mit den Steinmetzbetrieben. Allgemein sei viel Interaktion auf Instagram zu beobachten: Menschen aus der Branche leiten Anfragen weiter, tauschen Motive aus und stellen Rückfragen und vieles mehr. So entstehe ein Schneeballeffekt. Betriebe würden ihre Recruiting-Erfolge teilen, die wiederum von der Kampagne geteilt, als Best-Practice präsentiert und weitervermittelt werden. Vor allem die Altersgruppe zwischen 13 und 34 Jahren (46,3 %) interagiert mit den Inhalten der Social Media-Kampagne.



Prof. Dr. Michael Pfanner (2.v.r.) und Clara Friedl (l.) der Arbeitsgemeinschaft Pfanner mit zwei ihrer sechs Lehrlinge: Dmitry Spindler (2.v.l.) und Solveig Vitté Foto: Arge Pfanner



Clara Friedl (2.v.l.) übernimmt zunehmend die Betreuung der Azubis im Betrieb. Foto: Arge Pfanner

Dank der Aktion nehmen Kollegen und Kolleginnen aus dem Handwerk sowie potenzieller Nachwuchs den Steinmetz- und Steinbildhauerberuf mehr wahr, so das bbw.

Nachhaltig und langfristig

Die Nachwuchskampagne stecke jedoch noch in ihren Anfängen. Über die Jahre war die Zahl der Auszubildenden im Steinmetz- und Steinbildhauerhandwerk stark zurückgegangen: von 2.400 vor 25 Jahren auf aktuell nur noch 790 (Stand: 2022). Es gebe auch immer weniger Betriebe, die jungen Menschen eine Lehre anbieten. Laut Studie des BAQ Forschungsinstituts Bremen bilden nur 13 % der insgesamt 5.121 Steinmetzbetriebe in Deutschland aus, also nur jeder achte (Stand 2022). »Ich wünsche mir von der Branche Weitblick und Durchhaltevermögen«, sagt Dirk Steiger von der mit der Kampagne beauftragten Agentur. »So eine Aktion muss sich entwickeln. Die Kampagne sollte idealer-

weise über einen Zeitraum von mehreren Jahren (5+) angelegt sein.« Wenn es um die Nachwuchsgewinnung geht, ist auch sonst Engagement und Geduld gefragt. Bundesinnungsmeister (BIM) Markus Steininger stellt sein Handwerk jährlich auf mehreren vom bbw und dem Bundesverband Deutscher Steinmetze (BIV) unterstützten Ausbildungsmessen vor. Dort sind die ersten Reaktionen oft verhalten. »Ein Lehrer wusste nicht einmal, dass Schüler eine Ausbildung für den Steinmetzberuf brauchen.« Wenige wüssten, was ein Steinmetz überhaupt macht – egal ob Schüler, Lehrer oder Eltern. »Den Beruf wollen auch immer weniger erlernen«, sagt Markus Steininger. »Vor 20 Jahren war das anders, da hast du dir die Auszubildenden aussuchen können.« Resigniert wirkt er trotzdem nicht. Er bildet in seinem Betrieb zurzeit zwei Lehrlinge aus. Beide sind im dritten Ausbildungsjahr. Zudem bietet er regelmäßig Praktika an: »Wir haben im Jahr ungefähr 15 Praktikanten für



KURZINFO

Arge Pfanner

Prof. Dr. Michael Pfanner ist gelernter Steinbildhauer und Restaurator sowie diplomierter Architekt und promovierter Archäologe und lehrt nebenbei an der Universität Leipzig. Seit 1990 ist er Geschäftsführer der Restaurierungs- und Bildhauerwerkstätte Dr. Pfanner GmbH in Scheidegg/Allgäu und des Planungsbüros in München. Der Betrieb ist spezialisiert auf die Restaurierungsplanung und Restaurierung historischer Gebäude, Monumente und Skulpturen. Zu den Referenzen zählen u.a. das Schloss Neuschwanstein, das Pergamonmuseum in Berlin, die Befreiungshalle in Kehlheim sowie das Siegestor, die Glyptothek und die Ägyptische Sammlung in München. Auch Projekte im Ausland gehören zum Portfolio, darunter das Markttor in Milet/Türkei, der Titusbogen in Rom/Italien oder das Straßburger-Denkmal in Basel/Schweiz. Pfanner erhielt 2001 für die Restaurierung des Münchner Siegestors den Peter Parler-Preis. 2011 schloss Clara Friedl ihre Steinmetzlehre bei Prof. Dr. Michael Pfanner als Jahrgangsbeste ab und hängte ein Studium der Konservierung und Restaurierung an. Seit einigen Jahren ist sie zunehmend für die Ausbildung der Lehrlinge im Betrieb zuständig. Momentan beschäftigen sie sechs Azubis, vier sind im dritten Lehrjahr, zwei im ersten. Bisher haben bei der Firma etwa 50 Lehrlinge abgeschlossen.

www.arge-pfanner.de

etwa eine Woche da.« Das zahlt sich aus: Einige der Schüler haben später ihre Lehre beim Steinmetzmeister angefangen. »Bei uns kriegt jeder, der hier lernen will, eine Chance.« Zudem spornt er seinen Nachwuchs zusätzlich an: mit einem Zuschuss für den Führerschein oder einem Betriebsausflug zur Marmomac in Verona, der größten europäischen Natursteinmesse.

Gleiche Chancen bieten

Die Nachwuchsgewinnung gelingt auch anderen Betrieben – wenn sie jeder Bewerbung offen gegenüberstehen. Restauratorin und Steinmetzin Clara Friedl der Firma Pfanner teilt die Einstellung des BIM: »Wir ver-

Gebrüder Hilmar (2.v.l.) und Markus (r.) Gröger mit Hilmars Frau Nelly (l.) und ihrem jetzigen Lehrling Enzo Ruzics.
Foto: Gebrüder Gröger GmbH



suchen, jedem Menschen eine Chance zu geben. Egal ob jung oder alt, eine Lehre mit 16 oder ein Quereinstieg auf dem zweiten Bildungsweg – jede Bewerberin und jeder Bewerber ist gleichwertig.« Auch sie und Geschäftsführer Prof. Dr. Michael Pfanner locken mit längeren Praktika potenziellen Nachwuchs an. »Bis vor etwa sechs Jahren hatten wir mehr Anfragen von Bewerbern als wir nehmen konnten. Das ist in den letzten Jahren sehr stark zurückgegangen«, bedauert Clara Friedl, die die Lehrlinge im Betrieb seit einigen Jahren betreut. Die Berufsschule kennt die Firma Pfanner als Ausbildungsbetrieb gut. Das mache die jährliche Suche nach Lehrlingen einfacher, so Friedl. Die Berufsschule spreche mit den Verantwortlichen an

Schulen und stelle Betriebe wie die Firma Pfanner vor. Den Kontakt zu Lehrern, Eltern und Schülern aufzubauen, empfindet die Restauratorin und Steinmetzin als wichtige Maßnahme. »Sonst verschwindet der Beruf aus den Köpfen.«

Leidenschaft wecken

Um wahrgenommen zu werden, sollten Maßnahmen frühzeitig beginnen, ist sich Nelly Gröger sicher. Gemeinsam mit ihrem Mann Hilmar und dessen Bruder Markus Gröger leiten sie die Steinmetz- und Bildhauerwerkstätte Gebrüder Gröger in Ottobrunn (Naturstein 5/2009, S. 78 und 12/2021, S. 44). »An jeder Schulart muss was gemacht werden – egal ob Grundschule, Mittelschule oder Gymnasium. Die Lehrer/

KURZINFO

Gebrüder Gröger GmbH

1950 gründete Alois Gröger den Steinmetzbetrieb in Ottobrunn, nahe München. In den 1970er-Jahren übernahm sein Sohn, Hilmar Gröger, die unternehmerische Verantwortung. Im Jahr 1996 übergab Hilmar Gröger die Geschäftsführung an seine Söhne Markus und Hilmar jun. sowie an seine Frau Nelly. Bei der individuellen Grabmalgestaltung erhalten sie Unterstützung von drei Gesellen, darunter zwei Altgesellen, einem Lehrling im dritten Lehrjahr, mehreren freischaffenden Graveuren sowie einem Bildhauer. Im Laufe der Zeit wurden zahlreiche Grabmale der Gebrüder Gröger in Gestaltungswettbewerben der Steinmetz-Innung mit verschiedenen Auszeichnungen honoriert. Während Markus hauptsächlich für den Bereich Neuverkauf und Gestaltung zuständig ist, liegt Hilmars Fachgebiet im Bereich der Schriftgestaltung und Renovierungsarbeiten.

www.gebr-groeger-steinmetz.de

innen sollten mehr Berufsbilder aufzeigen und die Kinder in Berufe reinschnuppern lassen. Nicht jeder Juristensohn muss Jurist werden«, sagt sie. Die Nachwuchskampagne des bbw findet sie gut. Der leicht provokative Ansatz rücke das Handwerk ins rechte Licht –



Bei den Social-Media-Posts der Nachwuchskampagne auf Instagram und Facebook schwingt häufig Ironie, meist aber Stolz mit. Foto (l.): Dirk Steiger; Foto (r.): Adobe Stock



Eine 7. Klasse zu Besuch bei der Firma Steininger Steinmetz in München: GF Maximilian Steininger führt die Schüler/innen durch die Produktionshalle. Fotos: Markus Steininger

Andreas Jüngling, Geselle bei Steininger Steinmetz, bespricht mit einer Auszubildenden die Schriftgestaltung.

mit einem Augenzwinkern. Um die Leidenschaft für das Handwerk zu wecken, brauche es eine »selbstbewusste, klare und auffordernde Sprache«, betont Dirk Steiger. Nur so könne man den Nachwuchs für dieses Berufsfeld begeistern. Mit »Nachwuchs« seien nicht nur junge Menschen gemeint. »Der Fachkräftemangel in der Branche speziell und im Handwerk allgemein erfordert es, jeden bislang branchenfremden »Nachwuchs« zu adressieren – auch Migranten, Quereinsteiger, ältere Menschen, etc. Wir brauchen für die Zukunft der Steine jede qualifizierte Person, die lern- und entwicklungswillig ist.«

Werbemittel für jeden Zweck

Die Kampagne will in erster Linie Unternehmen dabei helfen, Auszubildende zu finden, so Sybille Trawinski, Geschäftsführerin des BIV. Zu diesem Zweck habe man ein umfassendes Maßnahmenpaket zusammengestellt, das sämtlichen Unternehmen, ungeachtet ihrer Größe, die passenden Werbematerialien zur Verfügung stellt. Diese würden stetig erweitert. U. a. können Interessierte folgende Materialien erwerben: Messetheke im Roll-

koffer zum Aufklappen für Jobmessen, Roll-Up-Banner zum Flankieren der Koffertheke links und rechts, große Plakatwand mit Teleskoprahmen (3 x 2,20 m), Informations-Flyer, bedruckte T-Shirts, Aufkleber, A0-Plakate, Fotomaterial und E-Mail-Banner als Download, Großplakate für Baustellen, Betriebe, etc., Firmenschild »Offizieller Ausbildungsbetrieb«, A4-Aufkleber für Firmenfahrzeuge, Bauzaun-Banner, Tragetaschen sowie Sticker und Ansteck-Pins. Die gesamte Werbeliste gibt es im Downloadcenter unter www.steinmachtstolz.de. Der Erfolg dieser Werbemittel und der Kampagne wird sich zeigen, sind sich alle Beteiligten sicher – vielleicht nicht sofort, aber auf lange Sicht.

Eva Straub



Eva Straub

spürte in den Gesprächen das Engagement von Markus Steininger, Clara Friedl, Nelly Gröger und Dirk Steiger.



KURZINFO

Steininger Steinmetz

Den Natursteinbetrieb gründete Markus Steiningers Großvater Josef 1922 am Münchner Westfriedhof. Schon damals entstanden hochwertige Grabanlagen und Bildhauerarbeiten. 1949 übernahm Johann, Markus Steiningers Vater, den Betrieb und wurde Bayerns jüngster Steinmetzmeister. Unter seiner Leitung kam der Baubereich hinzu, der sich in den letzten 40 Jahren zum wichtigsten Einkommenszweig entwickelt hat. Der Betrieb zog 2020 in die Dachauerstraße um, wo Markus Steininger vor 35 Jahren die Leitung übernahm. Heute macht der Grabmalbereich 20 % des Umsatzes aus, Bauarbeiten ebenfalls 20 %, und der exklusive Innenausbau 60 %. Über die letzten zehn Jahre hat Markus Steininger die Verantwortung für den Betrieb nach und nach an seine beiden Kinder Maximilian und Roxanna übertragen (Naturstein 2/2023, S. 16). Das Unternehmen beschäftigt 22 Mitarbeiter, darunter drei Meister und zwei Lehrlinge. Markus Steininger unterstützt u. a. als Bundesinnungsmeister und Vorstandsvorsitzender des bbw die Nachwuchskampagne »Stein macht stolz«.

www.steinger-steinmetz.de