

02.09.2011 – PM 68/2011

Imagekampagne - Tag des Handwerks

IG BAU: Handwerksberufe gewinnen nur mit besseren Löhnen wieder an Attraktivität

Frankfurt am Main - Um das ramponierte Image der Handwerksberufe zu reparieren, reicht aus Sicht der Industriegewerkschaft Bauen-Agrar-Umwelt (IG BAU) eine Werbekampagne nicht aus. „Längst nicht mehr jeder Handwerker ist heute noch stolz auf seine Arbeit und berufliche Stellung“, stellt IG BAU-Bundesvorstandsmitglied Andreas Steppuhn fest. „Der solide Ruf des Handwerks hat in den vergangenen Jahren stark gelitten und daran tragen die Betriebe eine Mitschuld. Durch schlechte Bezahlung der Mitarbeiter haben sie ihre Branchen beim Nachwuchs selbst ins Abseits gestellt. Wer heute einen Handwerksberuf erlernen will, muss sich ja fast schon bei Familie und Freunden dafür entschuldigen“, sagte Steppuhn.

Heute gibt es in Deutschland gerade noch 450 000 Auszubildende pro Jahr im Handwerk. In den 1980er Jahren lag die Zahl dagegen allein in Westdeutschland bei 700 000. Bei vielen von denen, die überhaupt noch eine Ausbildung im Handwerk beginnen, stellt sich Frust ein. So bricht im Maler- und Lackiererhandwerk jeder Dritte seine Ausbildung ab. Laut einer DGB-Studie rangiert die Branche in der Beliebtheitsskala bei Jugendlichen gerade noch auf Platz 22 von 25 Rängen.

Junge Menschen halten das Prestige, das mit dem Handwerk verbunden ist, für gering. Rund 65 Prozent der unter 30-Jährigen stufen das soziale Ansehen des Handwerks als niedrig ein. Dagegen hat die heutige Rentnergeneration noch Achtung vor den Fachkräften. „Respekt genießen Handwerker vor allem bei älteren Menschen“, sagte Steppuhn. „Das verwundert nicht, schließlich erhielten Gesellen in deren Jugend auch noch eine Bezahlung, die sich mit anderen Berufszweigen messen konnte.“ Bis in die 1970er Jahre lagen die Löhne der Handwerker auf dem allgemeinen Einkommensniveau. Doch seit Beginn der 1980er Jahre entwickeln sich die Löhne von Gesellen deutlich schlechter als der Trend. Inzwischen beträgt der Abstand

zu Industrie und Dienstleistung mehr als 25 Prozent. „Mit einer Imagekampagne ist es deshalb nicht getan, um Nachwuchs zu gewinnen“, stellte Steppuhn fest. „Die Auszubildenden müssen die Gewissheit haben, dass sie sich mit ihrer Arbeit eine solide Zukunft aufbauen können. Dafür muss sich die Einkommenslücke wieder schließen. Gelingt das nicht, wird das Handwerk weiter an Attraktivität verlieren.“

(2267 Zeichen)