

## Fridays for Future könnte dem FM helfen



Die Firmen im Facility-Management (FM) sollten sich bei ihrem Engagement um Nachwuchskräfte stärker um Schulabgänger und Abiturienten kümmern, sagt Markus Lehmann, Vorstand im Verband Gefma und dort Leiter des Arbeitskreises Bildung und Wissen. Er hat auch schon Ideen für thematische Ansätze.

**Immobilien Zeitung:** Die Unternehmen aus dem FM bemühen sich im Kampf gegen den Fachkräftemangel verstärkt um den Führungsnachwuchs. Wo sehen Sie konkret Handlungsbedarf?

**Markus Lehmann:** Die Unternehmen tun recht viel, um sich für Studierende attraktiv zu machen. Sie nehmen Lehraufträge wahr, sponsern Förderpreise, laden in ihre Zentren ein und veranstalten Events. Damit sprechen sie junge Leute an, die sich bereits mit der Wahl ihres Studiengangs für das Thema FM entschieden haben. Was jedoch noch ausbaufähig ist, ist das Engagement um Schulabgänger und Abiturienten, die bislang mit FM noch nicht viel anfangen können. In dieser Zielgruppe kämpft die Branche vielmehr immer noch mit dem Hausmeisterimage.

**IZ:** Woran liegt das?

**Lehmann:** Die jungen Leute sind zu wenig informiert über das, was FM überhaupt ist und welche Fülle an anspruchsvollen Aufgaben dahintersteckt. Solange sie das nicht wissen, kann man sie auch nicht für FM begeistern. Das hängt mit der zunehmenden Orientierung der jungen Generation an schnellen schlagwortartigen Informationen zusammen. Und wenn einem dann der Reinigungs- und Handwerkerservice als „Facility-Management“-Unternehmen begegnet, entsteht ungerechtfertigt ein falsches Image, nicht zuletzt im Internet.

**IZ:** Wen sehen Sie in der Pflicht, diese Wissenslücke zu schließen?

**Lehmann:** Da sind außer den Hochschulen selbst vor allem die Unternehmen gefragt. Sie können z.B. neben einem Auftritt in den so-

zialen Medien verstärkt an die Schulen oder in die Arbeitsagenturen gehen und dort die Multiplikatoren über die Berufsbilder im FM informieren. Und in einwöchigen Schülerpraktika könnten sie den Jugendlichen Einblicke in den Berufsalltag gewähren. Darüber hinaus müsste sich die Branche über die Medien besser präsentieren. In Berichten und Rankings über die Branchen der Zukunft vermisse ich das Facility-Management. Die Werbung fürs FM ist eine Aufgabe, bei der man die gesamte Gesellschaft im Blick haben muss.

**IZ:** Wenn man Jugendliche anspricht, braucht man meist griffige Themen. Was würden Sie da in den Vordergrund stellen?

**Lehmann:** In diesen Zeiten gibt es genügend Themen aus dem FM, die gerade die Jugend interessieren. Nehmen wir allein die Bewegung Fridays for Future. Da geht es um Nachhaltigkeit, ein Kernthema des FM. Als Mitarbeiter im FM können die Jungen und Mädchen später ihren Beitrag zum Klimaschutz leisten, selbst aktiv werden – und das auf vielfältige Weise. Es geht um die Effizienzsteigerung, nicht nur auf den Energieverbrauch bezogen, sondern z.B. auch hinsichtlich der Nutzung von Flächen. Darüber hinaus untersucht eine mit einem Gefma-Förderpreis 2019 ausgezeichnete Arbeit das Thema Sustainability im Food-Service. Die zentrale Frage dabei war, wie bei Produktion und Konsum vermieden werden kann, dass zu viele Lebensmittel entsorgt werden müssen – ohne Einbußen bei der Qualität des Services.

„In Berichten und Rankings über die Branchen der Zukunft vermisse ich das Facility-Management.“

Prof. Dr.  
Markus Lehmann  
Gefma-Vorstand



**IZ:** Gibt es noch mehr Ansätze – für weniger umweltinteressierte Jugendliche? Die soll es ja auch noch geben.

**Lehmann:** Ein weiteres wichtiges Thema ist die Digitalisierung. Da sind Stichwörter wie Smart Building, Smart Home und E-Mobilität zu nennen – allesamt spannende Felder, die sich noch entwickeln. Gerade da bedarf es junger Fachkräfte, die sich mit den IT-Anwendungen und dem Einsatz von Netz-

„Sei Teil der Lösung, nicht der Verschmutzung.“ Als FM-Mitarbeiter könnten die jungen Leute selbst aktiv werden.

Quelle: Pixabay.com, Urheber: Goran Honat

werken auskennen. Und ein weiteres interessantes Arbeitsfeld des FM ist nicht zu vernachlässigen: das Workplace-Management. Wie sieht der Arbeitsplatz von Morgen aus? Mit dieser Frage beschäftigen sich auch viele junge Leute. Mitarbeiter im FM arbeiten an Antworten.

**IZ:** Die Vermarktung des FM dürfte schwierig werden, solange kein eigener Ausbildungsberuf besteht. Sie arbeiten daran, einen solchen zu installieren. Wie ist der aktuelle Stand?

**Lehmann:** Die Verbände und Kammern der Einzelgewerke, die zum Facility-Management gehören, sind noch immer skeptisch. Sie fürchten, ein Allrounder könnte ihren Markt gefährden. Dagegen kämpfen wir noch mit starken Argumenten. Und wir sind gerade dabei, unter den Nutzern weitere Mitstreiter zu finden. Das können Großunternehmen wie die Bahn, Industrieunternehmen oder auch Kommunen sein. Bis es den ersten Ausbildungsgang gibt, könnte es noch etwa drei Jahre dauern. Bei dem Thema braucht man viel Geduld.

**IZ:** Sie bleiben optimistisch?

**Lehmann:** Ja, eine ähnliche Situation hatten wir auch bei der Etablierung der ersten FM-Studiengänge. Dabei ging es darum, einen übergreifend kompetenten Facility-Manager z.B. in den Feldern Recht, BWL, IT und Technik auszubilden. Dennoch braucht ein Unternehmen immer noch die Spezialisten, also Juristen, BWLer, Informatiker usw. Der Facility-Manager behält derweil den Überblick und kennt die Zusammenhänge. So ist das auch bei der geplanten beruflichen Ausbildung. Der Absolvent kann zum Beispiel im Gebäudebetrieb oder beim Um- und Ausbau einer Immobilie die Aufgaben priorisieren und beim Zusammenspiel der Gewerke aktiv mitwirken und koordinieren.

**IZ:** Und welchen Namen soll der Ausbildungsgang haben?

**Lehmann:** Das wissen wir noch nicht. Wir brauchen eine Bezeichnung, die auch bei den Jugendlichen gut ankommt.

**IZ:** Vielen Dank für das Gespräch!  
Die Fragen stellte Anke Pipke.