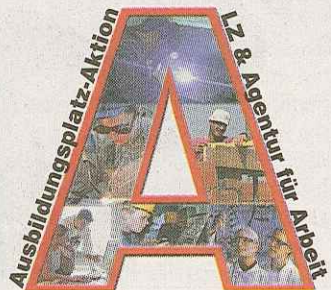


# Azubis übernehmen Verantwortung

## Nachwachskräfte der Firma Pickenpack organisieren in kompletter Eigenregie den Werksverkauf



kre Lüneburg. Freitag ist Fischtag! Diese Tradition gilt auch für Roman Martinez. Dennoch wird sich der 65-Jährige umstellen müssen. Zumindest, was den Einkauf des Mittagessens betrifft. „Denn ab 1. April werden wir unseren Fabrikverkauf nicht mehr freitags, sondern mittwochs in der Zeit von 10 bis 17 Uhr durchführen“, berichtet Alwina Spuling, angehende Industriekauffrau bei dem Lüneburger Unternehmen Pickenpack-Husmann & Hahn Seafood GmbH. Und das ist nur eine der Änderungen, die Alwina Spuling und ihre jungen Mitstreiter planen. Denn im Fabrikverkauf haben seit Anfang Januar ausschließlich die Auszubildenden das Sagen.

### Neuer Verkaufstag

Sie stellen das komplette Personal – vom Geschäftsführer über das Verkaufspersonal bis hin zu den Fachkräften, die sich darum kümmern, wenn im Verkaufsraum technische Probleme auftreten und Reparaturen durchgeführt werden müssen. Eine Azubi-Firma gewissermaßen. Viel Verantwortung also



Alwina Spuling (v.l.), Alina Janine Kropf und Sebastian Dorn gehören zu den 15 Auszubildenden, die gemeinsam den Werksverkauf organisieren.

Foto: kre

für junge Menschen, die sich noch mitten in der Berufsausbildung befinden.

Insgesamt sind es 15 junge Männer und Frauen, die bei Pickenpack ihre Berufsausbildung absolvieren. Als Industriekaufleute, Groß- und Außenhandelskaufmann, als Fachkräfte für Lebensmitteltechnik, als Industriemechaniker und als Energieelektroniker. Jetzt also kommen neben der Berufsausbildung und der Berufsschule

auch noch die Aufgaben im Werksverkauf auf die Azubis zu.

Doch nicht nur die Lehrlinge selbst, sondern auch ihre Ausbilder und Vorgesetzten im Unternehmen sind stolz auf das, was der Firmennachwuchs leistet: „Die jungen Kollegen arbeiten im Werksverkauf mit viel Engagement und Eigenverantwortung“, lobt etwa Verkaufsleiter Matthias Triep und Ramona Schell, Mitarbeiterin in

der Personalabteilung, beobachtet: „Die Azubis sind selbstbewusster und kommunikativer geworden“. Und lächelnd fügt sie hinzu: „Ich muss es wissen, denn in meiner Abteilung arbeitet mit Azubi Leo v. Hoyningen-Huene der ‚Geschäftsführer‘ des Fabrikverkaufs.“

Die jungen Nachwuchskräfte wollen nicht nur fortführen, was ihre erfahreneren Kollegen 2006 mit dem Werksverkauf einst begonnen haben, sondern

auch eigene Akzente setzen und – natürlich – auch geschäftlich erfolgreicher sein. „Deshalb haben wir als erstes eine Kundenbefragung durchgeführt, um herauszufinden, welcher Verkaufstag der beste ist“, erklärt Alwina Spuling, im Fabrikverkauf für Buchhaltung und Controlling verantwortlich: Herausgekommen sei der Mittwoch. „Da wir dann auch bis 17 Uhr geöffnet haben werden, haben auch Berufstätige die Chance, bei uns vorbeizuschauen“, erklärt Spuling.

Um ordentlich die Werbetrömmel zu rühren, haben die Azubis zudem ein Werbeplakat

### Zusätzliche Arbeit

gestalten lassen, das demnächst aufgestellt werden soll. „Und auch unsere Internet-Präsenz wollen wir verbessern“, blickt Spuling tatenfroh in die Zukunft.

Dass dieses Engagement auch zusätzliche Arbeit bedeutet, stört keinen der Auszubildenden: „Die Ergebnisse der Arbeit, die wir hier leisten, sind greifbar“, benennt Azubi Sebastian Dorn seine Motivation.

Und das größte Lob kommt ohnehin schon jetzt von den Kunden. Als Roman Martinez erfährt, dass ausschließlich Auszubildende für den Werksverkauf zuständig sind, mag das der Rentner zuerst kaum glauben: „Wirklich?“, staunt er und fügt hinzu: „Das merkt man überhaupt nicht. Denn die arbeiten wirklich professionell.“