

# Zebi als Herausforderung für die Verbände

Demnächst strömen wieder Tausende Jugendliche an die Zentralschweizer Bildungsmesse (Zebi), um Impulse für die eigene Berufswahl zu erhalten. Was bedeutet die Zebi aber für die ausstellenden Verbände? «KMU» hat bei einigen von ihnen nachgefragt.

Von Daniel Schwab



Modellautos bauen, Reifen wechseln, Rennen simulieren: Das Autogewerbe präsentiert sich an der Zebi mit einem attraktiven Stand.

Am Donnerstag, 5. November öffnet die Zebi ihre Tore. Zahlreiche Berufsverbände nutzen vier Tage lang die Gelegenheit, sich und ihre Berufe in bestem Licht zu präsentieren – in der Hoffnung, frischen Nachwuchs zu gewinnen. Neu findet die Messe nicht mehr im 2-Jahres-Rhythmus statt, sondern einmal pro Jahr. Das ist zwar erfreulich für die Bildungslandschaft, stellt aber für die ausstellenden Verbände eine beträchtliche Herausforderung dar. «Die Zebi ist für uns mit einem bedeutenden Aufwand verbunden, organisatorisch wie finanziell», sagt Thomas Wyss, Präsident der Metall-Union Luzern Obwalden Nidwalden (MU-

LON). Rund 40 000 Franken müsse man für einen Zebi-Auftritt investieren. «Das ist für uns auf Dauer kaum machbar.» Es sei denn, man erhöhe die Anzahl Mitglieder oder den Mitgliederbeitrag substantiell. Eine weitere Option sieht Wyss darin, auch die Kantone Uri, Schwyz und Zug mit ihren Unternehmen viel stärker einzuspannen als heute: «Sie gehören unserem Verband zwar nicht an, profitieren aber trotzdem von unserer Werbung an der Zebi.» Übrigens: Am MULON-Stand (Halle 01, C 1063) können Jugendliche selber Hand anlegen, sei es beim Schweißen, beim Auseinandernehmen und Zusammensetzen eines Motors oder beim CAD-Zeichnen.

**IMAGE DER BAUBERUFE VERBESSERN**  
Auch für die Zentralschweizerischen Baumeisterverbände ist die Zebi ein erheblicher Kraftakt. Dazu Geschäftsführer Kurt A. Zurfluh: «Um den Besuchern einen attraktiven Stand zu bieten, brauchen wir täglich 12 Personen, die meisten davon Lernende.» Laut Zurfluh bewegen sich die Kosten dafür im hohen fünfstelligen Bereich. Dennoch begrüsst er die jährliche Durchführung der Zebi. «Es hilft uns mit Sicherheit, das Image der Bauberufe zu verbessern.» Das soll zum Beispiel mit dem Ausscheidungsmauern für die Schweizermeisterschaft geschehen, an dem 13 Maurer teilnehmen. Oder mit dem Showmauern für die breite Öffentlichkeit. Ein weiterer

Schwerpunkt am ZBV-Stand (Halle 01, D 1084) ist die Berufsmatura. «Wir wollen aufzeigen, dass auf dem Bau nicht nur schwächere, sondern auch ganz starke Schüler bestens aufgehoben sind und hervorragende Karrieremöglichkeiten haben», so Zurfluh.

## ZU WENIG VELOMECHANIKER

Für 2rad Luzern ist die Zebi die wichtigste Werbepattform. Darum freut sich Präsident Peter Schwegler über die jährliche Durchführung: «Wir haben zunehmend Mühe, geeignete Lernende für unsere Berufe zu finden.» Das rückläufige Interesse am Fahrrad- oder Motorradmechaniker zeige sich zum Beispiel in der Zahl der Schnupperlernenden, die seit Jahren sinkt. Die 15 000 Franken, die man für den Zebi-Auftritt aufwendet, sind deshalb für Schwegler «gut investiertes Geld». Um vermehrt Jugendliche in die Zweiradbranche zu locken, können die Besucher am Stand (Halle 01, A 1012) den Lernenden beim Einspeichen von Rädern helfen, ein Töff-Getriebe zusammenbauen oder sich von coolen Actionvideos verführen lassen.

## UNGÜNSTIGER ZEITPUNKT

Der finanzielle Aspekt beschäftigt auch den Autogewerbeverband (AGVS-ZS). «Trotz Unterstützung durch den nationalen Verband und die Nachbarsektionen Uri, Schwyz und Zug wird unser Budget mit mehreren Zehntausend Franken belastet», sagt Geschäftsführer Hanspeter Selb. Zu schaffen macht dem Verband auch der Zeitpunkt der Messe. «Die Zebi fällt genau in jene Phase, in der die Garagisten mit dem Pneuwechsel beschäftigt sind.» Dadurch sei es schwierig, ausreichend Lernende zu finden, die den Jugendlichen die Berufe näher bringen. Selb würde eine Vorverlegung in den September begrüßen. Nichtsdestotrotz hat man auch dieses Jahr einen attraktiven Stand (Halle 01, A 1007) auf die Beine gestellt, an dem die Besucher zum Beispiel ein Modellauto bauen oder sich in einem Rennsimulator vergnügen können. ■

kurz&  
bündig

## Detailistenverband ehrt Treuebon-Sammler

Im Rahmen seiner Treuebon-Aktion verlost der Detailistenverband des Kantons Luzern (DVL) monatlich zwei E-Bikes im Wert von je 4000 Franken. Die September-Gewinner sind erkoren: Jan Bachmann (rechts aussen) aus Meierskappel und Annemarie Scheidegger aus Rothenburg durften kürzlich aus den Händen von DVL-Präsident Heinz Bossert (Zweiter von links) ihr neues Gefährt der Marke «Bergamont» entgegennehmen. Die Übergabe fand im Velofachgeschäft von Pius Achermann in Beromünster statt.



## Baumeisterverband lanciert Plakatkampagne

Der Schweizerische Baumeisterverband (SBV) lanciert eine landesweite Kampagne über die Arbeitsbedingungen auf dem Bau. Die Plakate, die auf über 1000 Baustellen aufgehängt wurden, zeigen, dass der Landesmantelvertrag (LMV) für das Bauhauptgewerbe schweizweit der mit Abstand arbeitnehmerfreundlichste Gesamtarbeitsvertrag für Handwerker ist. So gilt für Bauarbeiter die Rente 60, ein Mindestlohn von 5500 Franken für Maurer und Strassenbauer EFZ und 4600 Franken für Hilfsarbeiter ohne Ausbildung. Mit der Kampagne will der SBV laut Zentralpräsident Gian-Luca Lardi das falsche Bild korrigieren, das die Gewerkschaft Unia über die Arbeitsbedingungen im Bauhauptgewerbe verbreitet. Mehr Infos unter [www.bausinn.ch](http://www.bausinn.ch).