

Azubi-Bewerber: überbehütet oder allein gelassen

Von Helikopter-Eltern durch sämtliche Höhen und Tiefen der Berufswahl geflogen? Bei der Bewerbung zu 100 Prozent aufs Smartphone eingestellt? Die sechste Ausgabe der Studie „Azubi-Recruiting Trends“ zeigt jenseits der Klischees ein genaues Bild der Azubi-Bewerbung und -Bewerber in Deutschland. Für die von Professorin Daniela Eisele (HSBA Hamburg School of Business Administration) wissenschaftlich begleitete Untersuchung hat der Ausbildungsspezialist u-form Testsysteme über 2200 Azubis, Schüler und Ausbildungsverantwortliche befragt.

Treten in Azubi-Bewerbungsverfahren überall die viel zitierten „Helikopter-Eltern“ auf den Plan? Viele Väter und Mütter üben tatsächlich einen starken Einfluss auf die Ausbildungsplatzwahl der Kinder aus. 51 Prozent der teilnehmenden Schüler und Azubis bestätigen ihren „starken“ oder „sehr starken“ Einfluss auf die Berufswahl, bei der Wahl des Ausbildungsbetriebs sind es noch 41 Prozent.

Auch Ausbildungsverantwortliche berichten im Rahmen der Studie auf der einen Seite von überfürsorglichen Eltern, die ihre Sprösslinge bei allen Bewerbungsschritten an die Hand nehmen. Auf der anderen Seite werden viele Azubi-Bewerber allein gelassen. „In den meisten Fällen gibt es nur die Extreme - entweder kümmern die Eltern sich sehr und begleiten ihre Kinder sogar zum Vorstellungsgespräch, oder sie kümmern sich gar nicht, was zum Beispiel die Bewerbungen zeigen“, schreibt ein Ausbildungsverantwortlicher.

Konservative Onliner

Auch der Blick auf die Medienpräferenzen der Azubi-Bewerber fördert Überraschendes zutage. Die heutige Generation der Schüler und Azubis ist auf der einen Seite so online-affin wie keine Generation vor ihr. Das zeigt sich zum Beispiel in der Einstellung gegenüber E-Learning-Formaten in der Ausbildung, die erst von 23 Prozent der an der Studie teilnehmenden Unternehmen eingesetzt werden: 73 Prozent der Azubi-Teilnehmer finden sie gut. Im Hinblick auf die Bewerbungsformen sind Azubi-Bewerber auf der anderen Seite zum Teil konservativer als die Ausbildungsbetriebe.

Mobile Bewerbung durchgefallen

Der mit Abstand beliebteste Weg ist die Papierbewerbung, sie gilt als seriös sowie verlässlich und lässt aus Sicht der Zielgruppe besonders viel Raum für die Darstellung der Persönlichkeit. Rund 71 Prozent der befragten Schüler und Azubis bewerben sich deshalb „gerne“ oder „sehr gerne“ traditionell mit Mappe und Anschreiben. Bei mobilen Bewerbungen liegt diese Zustimmung nur noch bei 18 Prozent. „Wer mit dem Handy eine Bewerbung schreibt, hat auch keine Lust auf Arbeiten“, so ein Azubi-Teilnehmer.

Schwindende Aussagekraft von Schulnoten

Wert auf die Wahrnehmung ihrer Persönlichkeit legen Azubi-Bewerber auch in den Auswahlverfahren. Persönlichkeits- und Kompetenztests stoßen bei ihnen auf größere Zustimmung als Leistungs- und Wissenstests. Tests finden Bewerber zu 65 Prozent generell „gut“ oder „sehr gut“, bei den Ausbildungsverantwortlichen sind es nur 44 Prozent. Mit Blick auf die Aussagekraft von Schulnoten für die Auswahl von Azubis zeigen sich die Ausbildungsverantwortlichen skeptisch. Nur 12 Prozent von ihnen schätzen sie als „hoch“ oder „sehr hoch“ ein, was den langfristigen Berufserfolg von Auszubildenden angeht.

Lottofrage und Sinn der Ausbildung

Im vergangenen Jahr ergaben die Studienergebnisse das Bild einer Azubi-Bewerber-Generation der „selbstbewussten Sinnsucher“. 2015 gewinnt dieses Bild dank der erstmals gestellten „Lottofrage“ weiter an Kontur: „Stell Dir vor, ein Lottogewinn oder eine Erbschaft sichert Dir lebenslang ein müheloses Einkommen. Hättest Du dann beziehungsweise würdest Du trotzdem eine Ausbildung machen?“ 90 Prozent der Azubi-Teilnehmer antworten hier mit „Ja“. Die meisten sehen in ihrer Ausbildung offensichtlich mehr als die langfristige Sicherung einer Einnahmequelle.

Interessierte können Ergebnisse der Studie unter www.testsysteme.de/studie bestellen. Neben der Vollversion sind auch ein Büchlein mit Stimmen von Azubi-Teilnehmern sowie ein Management Summary erhältlich. Der Bruttoerlös von 11,90 Euro aus dem Verkauf des Management Summaries geht an die Initiative „Rock your Life!“, die mit Hilfe eines Mentoringprogramms Schülern aus schwierigen Verhältnissen den Weg in die Aus- oder Schulbildung ebnet.