

STUDIE: AZUBI-RECRUITING TRENDS 2016



Für die bereits siebte „Azubi-Recruiting Trends“-Studie konnten in diesem Jahr 3.343 Azubi-Bewerber und Auszubildende sowie 1.295 Ausbildungsverantwortliche befragt werden. Die von u-form Testsysteme initiierte Studie wurde von Prof. Dr. Christoph Beck (Hochschule Koblenz) wissenschaftlich begleitet. Lesen Sie hier erste Ergebnisse und Handlungsempfehlungen für Ausbildungsbetriebe.

Azubis als Fans der dualen Ausbildung

„Mit einer Ausbildung hat man etwas Handfestes und lernt nicht nur pure Theorie“, meinen 90,1 % der Azubi-Bewerber und Azubis. Die Sicht der Ausbildungsverantwortlichen ist zum großen Teil ebenfalls positiv: Die Mehrheit findet, dass die duale Ausbildung gut ausgestattet und fest im Unternehmen verankert ist – auch wenn 40,2 % der Ausbildungsbetriebe 2015 nicht alle Stellen besetzen konnten. Dagegen verkauft sich die duale Ausbildung aus der Sicht vieler Azubis aktuell unter Wert: „Die meisten wissen gar nicht, wie vorteilhaft eine Ausbildung gegenüber einem direkt-nach-der-Schule-Studium ist.“

Allerdings sind mehr als 40 % der Azubis aktuell nicht überzeugt, mit einer dualen Ausbildung ebenso gut für die berufliche Zukunft gerüstet zu sein wie mit einem Studium. Hier sind die Unternehmen gefordert, dual Ausgebildeten Zukunftsperspektiven aufzuzeigen und flexiblere Karriere- und Laufbahnmodelle zu entwickeln. Wenn „große Karrieren“ für ehemalige Azubis möglich sind, gibt es für junge Menschen mit Lust auf Praxis eigentlich kein Argument mehr, sich nicht ausbilden zu lassen.

„Du“ oder „Sie“?

Das Duzen ist nicht zuletzt durch den informellen Ton in Social Media auf dem Vormarsch und die meisten Bewerber finden das o.k. – oder es ist ihnen egal. Aber Unternehmen sollten nicht nur auf die Wünsche der Bewerber achten.

Das „Du“ oder „Sie“ ist eine Frage der Unternehmenskultur und der Authentizität. Sieszen sich im Unternehmen alle, ist das „Du“ nicht authentisch und vermittelt einen falschen Eindruck. Werden die Azubis geduzt, ist das „Du“ die authentische Anrede auch für die Bewerber-Kommunikation.

**FÜR 64,9 % DER BEFRAGTEN
BEWERBER UND AZUBIS IST
ES WICHTIG, EINE SINNVOLLE
TÄTIGKEIT AUSZÜBEN.**

Wahl von Ausbildungsberuf und -betrieb

Für 64,9 % der befragten Bewerber und Azubis ist es wichtig, eine sinnvolle Tätigkeit auszuüben und sie bewerten die Attraktivität eines Ausbildungsbetriebes auch nach diesem Kriterium. Allgemeine Unternehmensdaten (Unternehmensgröße, Umsatz usw.) sagen den Jugendlichen dagegen wenig, weil ihnen die Erfahrung fehlt. Spannende Geschichten (Thema Story Telling), die etwas über den Sinn des Unternehmens, der Ausbildung sowie der Berufsbilder verraten und in denen Azubis oder ehemalige Azubis die Hauptrolle spielen, erreichen dagegen die Herzen und Köpfe der Bewerber.

Für die Mehrheit der Bewerber und Azubis ist es wichtig, dass der Ausbildungsberuf zu ihren Fähigkeiten passt (62,9 %) und Zukunftschancen bietet (57,2 %). Ausbildungsbetriebe könnten durch angebotene Neigungstests Bewerber dabei unterstützen, herauszufinden, ob ein Ausbildungsberuf überhaupt zu ihren Interessen und Talenten passt.



Abb. 1: Welche drei Dinge sind Dir im Rahmen Deiner beruflichen Karriere besonders wichtig?

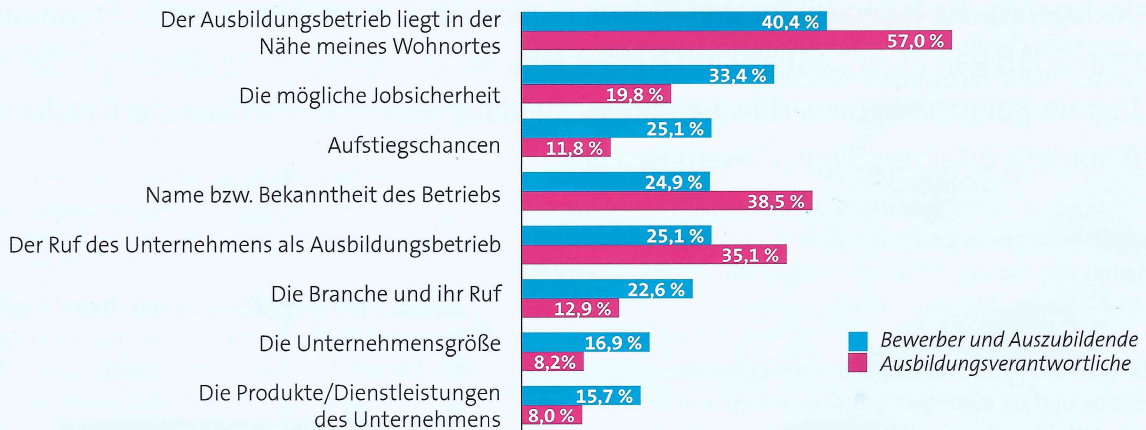


Abb. 2: Welches sind/waren für Dich als Bewerber oder Azubi die wichtigsten Faktoren bei der Wahl des Ausbildungsbetriebes bzw. was glauben Sie als Ausbildungsverantwortliche, sind für Ihre Bewerber die wichtigsten Faktoren bei der Wahl?

Die Generation Azubi möchte lernen – und sich auch langfristig entwickeln. Ausbildungsbetriebe sollten zeigen, welche Entwicklungs- und Qualifizierungsperspektiven sie bieten – auch über das Ende der Ausbildung hinaus. Erfolgreiche Karriereverläufe ehemaliger Auszubildender sind besonders plastische Argumente.

Angehende Azubis setzen bei der Wahl der Ausbildung auf persönliche Empfehlungen und den Rat der Eltern – die wichtigste Infoquelle ist also offline! Zudem spielt bei der Wahl des Ausbildungsbetriebs die räumliche Nähe zum Wohnort eine große Rolle. Ausbildungsbetriebe, die stark auf Empfehlungsmarketing setzen und z. B. Mitarbeiter, Kunden oder Vereine als Multiplikatoren nutzen, können beide Präferenzen bedienen. Zusätzliche Marketingmaßnahmen (z. B. Banner an Firmengebäuden oder Werbung an oder in lokalen Bussen) sorgen dafür, dass das Unternehmen gezielt diejenigen anspricht, die in der Nähe wohnen oder zur Schule gehen.

Auswahlverfahren

Immer mehr Ausbildungsverantwortliche zeigen sich skeptisch gegenüber der Aussagekraft von Schulnoten für die Auswahl von Azubis. Bei der Frage nach dem „idealen Auszubildenden“ wurde das Kriterium „Schulnoten“ im Durchschnitt erst an drittletzter Stelle genannt. Die Differenzierungsmöglichkeiten sind aufgrund aktueller Notenstandards heute eher eingeschränkt und auch an der Aussagekraft von Noten als Indiz für Leistungsfähigkeit und Begabungen wird gezweifelt.

Auch 88,6 % der Azubis fänden es gut, wenn Ausbildungsbetriebe neben Leistungs- auch Persönlichkeitsaspekte testen würden, so dass Ausbildungsbetriebe über den Einsatz solcher

Methoden und Instrumente verstärkt nachdenken könnten. „Leider schauen viele Ausbildungsbetriebe nur auf Schulnoten. Das sollte vermieden werden, denn Schulnoten haben nichts mit dem Können eines jeden Einzelnen zu tun“, schreibt ein Azubi-Teilnehmer.

Eine weitere Möglichkeit, die „Persönlichkeit“ der Bewerber näher kennenzulernen, bieten Probearbeiten oder Praktika – gerade kleine Unternehmen können so punkten, indem sie potenzielle Azubis vom Unternehmen und der Tätigkeit begeistern.

Digitalisierung und Industrie 4.0: bedingt zukunftsfähig

Laut den Ausbildungsverantwortlichen spielen in nur 34,7 % der befragten Ausbildungsbetriebe die Themen Digitalisierung oder Industrie 4.0 derzeit schon eine Rolle.

62,2 % denken, dass aufgrund der Digitalisierung und dem Wandel zu Industrie 4.0 „andere Ausbildungsinhalte“ benötigt werden. 45,2 % sind der Meinung, dass „eine völlig andere Schulung unserer Ausbilder/Ausbilderinnen“ nötig sei.

Nur in 16,5 % der befragten Ausbildungsbetriebe sind die Ausbilder bereits speziell auf die mit diesen Transformationsprozessen verbundenen Inhalte geschult.

Flüchtlinge und duale Ausbildung

Erstmalig wurden Fragen gestellt zur Integration von Flüchtlingen in das System der dualen Ausbildung. 1.950 Kommentare engagierter Azubis und die Erkenntnis, dass bereits 16,4 % der befragten Betriebe Ausbildungsangebote für Flüchtlinge anbieten, kamen dabei heraus. Als größte Integrationshemmnisse wurden „Sprache“ und „Rechtssicherheit“ genannt.