

# AZUBI-RECRUITING TRENDS

# 2023

Die größte doppelerspektivische  
Studie zum Thema Ausbildung



# Vorwort

## An Glaubenssätzen festhalten oder diese überdenken?

Der Mensch trifft nicht selten bestimmte Annahmen, die sich im Laufe der Zeit zu Meinungen, Einstellungen und Überzeugungen entwickeln. Aus psychologischer Sicht handelt es sich dabei um Glaubenssätze, also um das Ergebnis individueller WahrnehmungsfILTER (vgl. Stangl, W. 2023). Bitte nicht falsch verstehen, Glaubenssätze sind wichtig, nicht zuletzt, weil sie u.U. Stabilität und Orientierung geben sowie nicht selten „scheinbar“ plausible Erklärungsansätze liefern. Einziges Problem: Glaubenssätze können nicht nur positiv oder negativ, sondern auch richtig oder falsch sein. Die Herausforderung bei Glaubenssätzen im organisationalen Kontext ist, diese hin und wieder einmal zu überdenken und ggf. mittels Fakten und Belegen sich auch von einigen Glaubenssätzen zu verabschieden. Ja, natürlich ist es sehr wertschätzend individuelle Bewerbungsgespräche zu führen und ebenfalls ja, ist die Persönlichkeit im Einstellungsprozess wichtig, das Anforderungsprofil aber eben halt auch. Social Media ist das Recruiting-Instrument unserer Zeit und das erfolgreichste Recruiting-Instrument überhaupt. Selbstverständlich kann man solche und damit verbundene Glaubenssätze vertreten, richtig müssen sie aber deshalb nicht sein. Alle anerkannten Wissenschaftler konnten nachweisen, dass bei der Bewerber:innen-Auswahl das strukturierte Interview zum bestmöglichen Ergebnis führt und auch erst dann, wenn dieses sich auf einen schriftlich definierten Anforderungsprofil stützt. Social Media ist zunächst ein Personalmarketing-Instrument und ja, es kann zum Recruiting eingesetzt werden und bringt hier und da auch gute Erfolge. Ist dies jedoch immer so und wenn ja, bei jeder Zielgruppe?

Glaubenssätze dürfen sein, aber ebenso darf das Überdenken von Glaubenssätzen sein und hierfür helfen ungemein Daten und Fakten. Und hiervon liefert die Studie AZUBI-RECRUITING TRENDS 2023 auch in diesem Jahr reichlich. Wir wünschen Ihnen viel Spaß bei der Lektüre und unser Glaubenssatz lautet: „Es lohnt sich!“

Ihr  
**Prof. Dr. Christoph Beck**



# Inhalt

**1** Handlungstipps zu den Studienergebnissen

**2** Statistik

**3** Branchen

**4** Ausbildungsangebote

**5** Besetzungsprobleme

**6** Zufriedenheit

**7** Du oder Sie?

**8** Bewerbungsverfahren im Wandel

**9** Bewerbungsprozess

**10** Ausbildungsberufe

**11** Schulabschluss, was dann?

**12** Stellenwert

**13** Recruiting KPIs

**14** Gründe für die Ausbildung

**15** Ängste

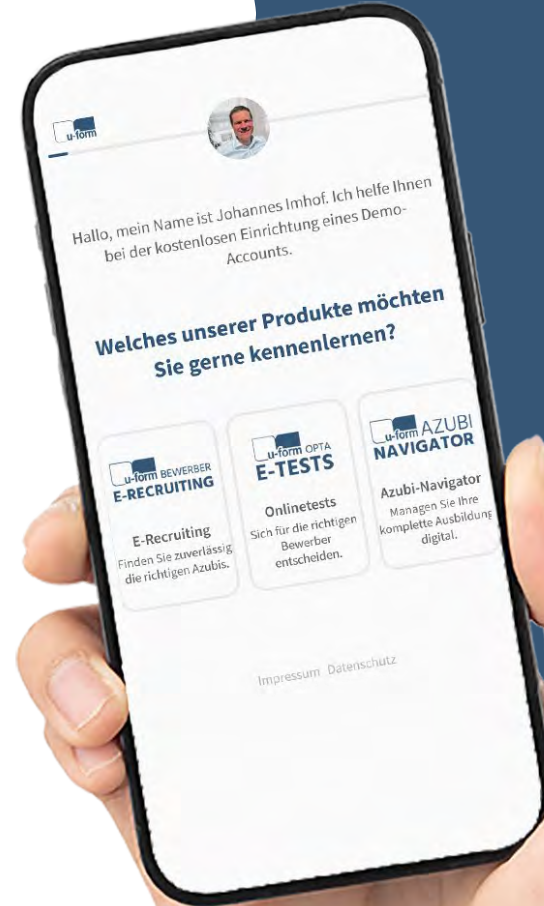
**16** Social Media

**17** Fähigkeiten & Kompetenzen

**18** Abschluss

# Einfach mal funneln:

Das Angebot der u-form  
Testsysteme kennenlernen?  
QR-Code scannen und  
leiten lassen.



[shrtnr.link/produkte/](https://shrtnr.link/produkte/)



## 11 Jahre Azubi-Recruiting Trends – und kein bisschen weise

Seit 11 Jahren ist es mein Herzblutthema: die Studie „Azubi-Recruiting Trends“. Seit 11 Jahren bin ich jedes Jahr gespannt wie ein Flitzebogen auf die Ergebnisse. Einige Ergebnisse überraschen mich Jahr für Jahr. Andere Ergebnisse sind so, wie ich es erwartet hätte. Über das ein oder andere Ergebnis muss ich schmunzeln. Und dann sind da Ergebnisse, die große Fragezeichen vor meinem geistigen Auge entstehen lassen. All diese Ergebnisse möchte ich in diesen Charts mit Ihnen teilen. Damit wir gemeinsam die duale Ausbildung attraktiver machen und dem Fachkräftemangel entgegenwirken können.

Auf Sie wartet ein bunter Strauß an Themen. Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen der Charts und viel Erfolg bei der Umsetzung. Die besten Zahlen nützen nichts, wenn wir daraus nicht etwas machen.

Ihre

**Felicia Ullrich**

A portrait of Felicia Ullrich, a woman with short, wavy, light brown hair, wearing a red turtleneck sweater and red-rimmed glasses perched on her head. She is smiling and has her arms crossed. The background is a solid red color with a rounded top edge.

**Felicia Ullrich**

Nach seinem Studium der Wirtschafts- und Organisationswissenschaften und der Promotion nahm Prof. Dr. Christoph Beck unterschiedliche Stabs- und Führungsfunktionen in der Wirtschaft und als Personalberater wahr. Seit 2000 ist er als Professor an der University of Applied Sciences in Koblenz im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften für das Lehrgebiet Human Resource Management verantwortlich. Schwerpunkte in Lehre, Forschung und Beratung bilden die Themen Employer Branding, Personalmarketing, Recruitment und HR-Strategie. Prof. Dr. Beck ist einer der führenden Experten Deutschlands im Personalmarketing, Direktor des Instituts für Personalmanagement & Arbeitsrecht und Gründer des renommierten Recruiting Convents. Als Fachbuchautor hat er zahlreiche Veröffentlichungen und Studien aufzuweisen. In der Liste der „40 führenden Köpfe im Personalwesen“ 2009, 2011, 2013 und 2015 der HR-Fachzeitschrift „Personalmagazin“ wird Prof. Dr. Christoph Beck in der Kategorie der zehn Top-Berater geführt.



**Prof. Dr. Christoph Beck**  
Wissenschaftliche Begleitung

# Unser Studienpartner AUBI-plus



Die AUBI-plus GmbH aus Hüllhorst engagiert sich seit 1997 für die betriebliche Ausbildung.

**Ausbildungsbetrieben** bietet AUBI-plus Lösungen zur Optimierung der Ausbildung aus einer Hand:

- Das Unternehmen vermittelt ihnen Azubis,
- zertifiziert sie mit dem Gütesiegel BEST PLACE TO LEARN®
- und qualifiziert ihr Ausbildungspersonal.

**Ausbildungsplatzsuchenden Menschen**

- vermittelt AUBI-plus passende Stellen in Top-Ausbildungsbetrieben,
- berät sie in der Berufs- und Betriebsfindung,
- optimiert ihren Bewerbungsprozess und
- sichert ihren Ausbildungserfolg.



Durch den Kontakt zu diesen beiden Gruppen unterstützt uns AUBI-plus bei der **Gewinnung von Befragungsteilnehmerinnen und -teilnehmern**. In diesem Jahr begleitet AUBI-plus zudem das Thema „**Future Skills**“. Mehr im Web: [www.aubi-plus.de](http://www.aubi-plus.de)



# Handlungstipps zu den Studienergebnissen

Die duale Ausbildung steht bei Unternehmen nach wie vor hoch im Kurs. Es gibt eine große Nachfrage nach Auszubildenden, aber überschaubare Ressourcen. **58 %** der Ausbildungsbetriebe planen, genausoviele Azubis einzustellen wie bisher, **37 %** möchten mehr Azubis einstellen. Umgekehrt haben **52 %** der Azubi-Bewerbenden mehr als ein Ausbildungsplatz-Angebot.

Um Jugendliche für die Ausbildung zu begeistern, müssen sich Unternehmen demnach mehr ins Zeug legen. Auf großartige Ressourcen können viele Unternehmen dabei nicht zurückgreifen. In **52 %** der Ausbildungsbetriebe steht weniger als eine Viertel-Vollzeitstelle für das Azubi-Marketing und -Recruiting zur Verfügung.

Viele Gründe über Azubi-Recruiting neu und anders zu denken. Mit den Tipps möchte ich Ihnen einige Gedankenanstöße mit auf den Weg geben.



# 1. Ermitteln Sie Ihre Recruiting KPIs

Die Grundlage jeder guten Strategie ist die Analyse. Was läuft bisher gut, wo besteht Verbesserungsbedarf und was funktioniert überhaupt nicht? Antwort auf diese Fragen geben Recruiting KPIs (Key Performance Indicators). Hier ist noch viel Luft nach oben.

**Nur 33 %** der von uns befragten Unternehmen nutzen Kennzahlen, um ihr Ausbildungsangebot zu optimieren ([zur Folie](#)).



Mehr zu den wichtigsten Recruiting KPIs und wie Sie diese erheben, finden Sie im u-form Blog unter dem folgenden Link:

[shrtnr.link/kpi/](https://shrtnr.link/kpi/)





## 2. Lassen Sie schnuppern

**50 %** der Azubis und Bewerbenden und **45 %** der Ausbildenden machen die fehlende Berufsorientierung in der Schule für die Besetzungsprobleme im Ausbildungsjahr 2022/2023 verantwortlich ([zur Folie](#)). Hat Schule das entsprechende Personal oder ist der geeignete Ort für Berufsorientierung? Nehmen Sie es in die eigene Hand und vermarkten Sie Ihre Berufe – Sie können das besser als jede Schule! Wie? Zum Beispiel mit Schnuppertagen.

Mit Schnuppertagen machen Sie aus unbekanntem Ausbildungsberufen erlebbare Ausbildungsberufe. Schnuppertage zeigen besser als jedes Video, wie spannend viele Ausbildungsberufe sein können. Schnuppertage binden weniger Zeit als Praktika – bei Ihnen und den jungen Menschen. Damit wirken Schnuppertage der mangelnden Berufsorientierung in Schulen entgegen.





## Damit Schnuppertage ihr volles Potential entfalten können, könnten Sie:

- Aktiv für Ihren Schnuppertag werben – auf Ihrer Karriereseite, in Stellenanzeigen, in den sozialen Medien und auf Jobmessen.
- Schnuppertage leicht zugänglich machen, z. B. durch eine Online-Buchung auf Ihrer Homepage.
- Darauf achten, dass die sehr netten Kolleg\*innen die jungen Menschen an die Hand nehmen und von ihrer Arbeit begeistern. Gerade bei weniger bekannten oder beliebten Ausbildungsberufen. Menschen entscheiden sich oft für Menschen.
- Sich mit einem kleinen Abschiedsgeschenk in die Herzen der Bewerbenden „schmuggeln“. Kleine Geschenke erhalten bekanntermaßen die Freundschaft.



### 3. Schaffen Sie Klarheit in der Ansprache

62 % der befragten Azubis und Bewerbenden möchten lieber in einem Unternehmen arbeiten wo geduzt wird (zur Folie). Bei 51 % der Unternehmen gibt es keine einheitliche Regel, was die Ansprache im Unternehmen angeht. Da herrscht mehr eine Art Gemengelage. Für einen jungen Menschen, der neu in ein Unternehmen kommt, durchaus eine Herausforderung.

Nehmen Sie die Ergebnisse der Studie doch mal zum Anlass, dieses Thema bei Ihren Kolleg\*innen anzusprechen oder es bei der Geschäftsleitung zu platzieren. Führen Sie eine einheitliche Regel herbei. Einfacher können Sie Ihre Ausbildungsattraktivität nicht steigern, als mit einem einheitlichen „Du“ in der Ansprache.

Aus Erfahrung kann ich sagen: Es fühlt sich kurz komisch an, Mitarbeitende nach 25 Jahren zu duzen. Aber bereits nach kurzer Zeit war es ganz selbstverständlich und nach nicht mal einem Jahr fühlt es sich richtig gut an.

## 4. Machen Sie es einfach

Machen Sie Ihr Ausbildungsangebot einfach zugänglich. Durch schnelle Bewerbungsprozesse ohne umständliche Registrierung oder seitenweise Formulare. **83 %** der Jugendlichen möchten sich am liebsten online bewerben ([zur Folie](#)). Aber online ist nicht gleich online. Zielgruppengerechte Online-Bewerbungsformulare sind mobil optimiert, ohne Registrierung zugänglich und das Ausfüllen dauert nicht viel länger als 60 Sekunden.

Und lassen Sie sich nichts erzählen, was die DSGVO angeht. Gut gemachte Online-Bewerbungen sind auch ohne Registrierung DSGVO konform.

Die so viel gepriesenen und ausgezeichneten Video-Bewerbungen sind übrigens nur bei **20 %** der Bewerbenden beliebt. Gerne Videos schauen heißt nicht gleichzeitig auch gerne Videos machen.



Mit dem u-form E-Recruiting machen Sie Ihre Bewerbung einfach und DSGVO konform. Dank vieler Schnittstellen lässt sich das E-Recruiting auch einfach in bestehende Prozesse integrieren.

Mehr Informationen finden Sie hier:

[testsysteme.de/e-recruiting](https://testsysteme.de/e-recruiting)



# 5. Haben Sie die Eignungsdiagnostik im Blick

Um die sozialen Medien wird viel Hype gemacht. Mit Bewerber-Benefits wird gewetteifert. Über Nachhaltigkeit wird gesprochen. Bewerbungen werden vereinfacht. Über die Qualität von Eignungsdiagnostischen Prozessen machen sich viele Unternehmen keine Gedanken. Dabei ist Eignung eine der wichtigsten Voraussetzungen für Zufriedenheit.

Studien zeigen, dass wissenschaftlich valide Testverfahren die höchste Vorhersagekraft haben, was beruflichen Erfolg angeht. Diese erzielen mit **43 %** bei der Vorauswahl und mit **40 %** bei der Testung vor Ort bei den Bewerbenden eine höhere Akzeptanz als bei den Unternehmen ([zur Folie](#)). Selbst Anschreiben erfreuen sich einer größeren Beliebtheit, obwohl Unternehmen nie wissen, wer sie geschrieben hat: der Bewerbende, Mama, Papa oder doch ChatGPT?

So wundert es nicht, dass sich die Wissenschaft einig ist. Unternehmen stellen häufiger den Richtigen nicht ein, als den Falschen einzustellen. Ein fataler Fehler, den sich Unternehmen heute nicht mehr leisten können.

**Dass Eignungsdiagnostik kein Zauberwerk, sondern einfach umzusetzen ist, zeige ich Ihnen in meinem kostenlosen Impulse-Webinar Eignungsdiagnostik, das Sie hier buchen können:**

[shrtnr.link/eignung/](https://shrtnr.link/eignung/)





## 6. Ihre Azubis als Influencer nutzen

25 % der Azubis würden ihren Freunden eine Ausbildung und ein anschließendes Studium empfehlen. Bei 22 % wäre die Empfehlung eine Ausbildung. Nur 4 % würden ihren Freunden empfehlen, ein Studium zu beginnen ([zur Folie](#)).

Was für ein schönes Ergebnis, wenn Azubis anderen jungen Menschen eine Ausbildung ans Herz legen. Daraus lässt sich mehr machen. Nutzen Sie Ihre Azubis als Influencer für ihre Ausbildung. Bleiben Sie dabei immer authentisch und erzählen Sie Geschichten im Sinne der Heldenreise.

Nicht die super Schülerin, die jetzt auch locker die Ausbildung wuppt, begeistert Herzen und überzeugt Bewerbende. Viel überzeugender sind die jungen Menschen, deren Start etwas holpriger verlief und die

jetzt bei Ihnen ein „Zuhause“ gefunden haben. Die ehemalige Studentin, die nach einigen Fehlversuchen jetzt in der Ausbildung durchstartet. Der Geflüchtete, der sich dank Ihrer Hilfe jetzt eine berufliche Zukunft aufbaut. Oder der, der gar nicht wusste, was er eigentlich wollte, und jetzt begeistert über seinen Job spricht.

Denn in den Geschichten, die Menschen seit Jahrhunderten weitererzählen, stolpert der Held auch erst einmal, bevor er auf seinen Mentor trifft und sich mit diesem erfolgreich auf den Weg macht.

Mehr Tipps für eine gute Azubi-Kommunikation finden Sie hier:

[shrtnr.link/kommunikation/](https://shrtnr.link/kommunikation/)





## 7. Zeigen Sie Entwicklungen auf

Die erste gute Nachricht vorab. **83 %** der von uns befragten Jugendlichen würden trotz Lottogewinns und lebenslangem Einkommen eine Ausbildung machen ([zur Folie](#)). Für **94 %** steht dabei die fachliche und persönliche Weiterentwicklung im Vordergrund ([zur Folie](#)).

Die nächste gute Nachricht: Sie können sich das zu Nutze machen. In der 2017er Studie waren für **93 %** der befragten jungen Menschen die „Zusatzqualifikationen während der Ausbildung“ der attraktivste Benefit.

Qualifikationen & Weiterbildungen sind demnach ein wichtiger Attraktivitätsfaktor, den Sie in Ihrer Kommunikation nutzen sollten. Die fachliche Entwicklung ist Teil jeder Ausbildung. Aber was tun Sie, dass sich die Jugendlichen auch persönlich weiterentwickeln können? Was immer es ist, reden und schreiben Sie darüber. In Stellenanzeigen, auf Messen, in den sozialen Medien und auf Ihrer Karriereseite.





## 8. Nehmen Sie Ängste, reden Sie über Geld

Angst ist die nicht greifbare Bedrohung des Selbst. Es verwundert nicht, dass die Angst, von der die Jugendlichen ganz unmittelbar betroffen sind, auch als die größte Bedrohung wahrgenommen wird: die Inflation. Noch weiter vor dem Krieg in Europa oder dem Klimawandel ([zur Folie](#)). Mit Werbung Ängste zu erzeugen, gilt zurecht als unlauter. Ängste wahrzunehmen und auf diese argumentativ auch einzuzahlen, ist ein probates Mittel, um Aufmerksamkeit für das eigene Angebot zu erzeugen. Zahlen Sie mit Ihrem Azubi-Marketing auf die Schmerzpunkte und Sorgen Ihrer Zielgruppe ein: Reden und schreiben Sie über Ihre Ausbildungsvergütung. Schließlich ist das ein wichtiger Faktor, der die Ausbildung vom Studium unterscheidet. Die jungen Menschen kommen nicht nur wegen des Geldes zu Ihnen, aber auch. Machen Sie Ihre Ausbildungsvergütung transparent. Und wie wäre es mit einer Ausbildungsvergütung mit Inflationsausgleich?

# 9. Soziale Medien richtig verstehen und einsetzen

Seit der ersten Studie 2013 begleitet uns die Frage nach der Nutzung sozialer Medien im Azubi-Marketing. Alle paar Jahre wurde eine neue Sau durchs Dorf getrieben. Erst Facebook, dann Snapchat und nun TikTok.

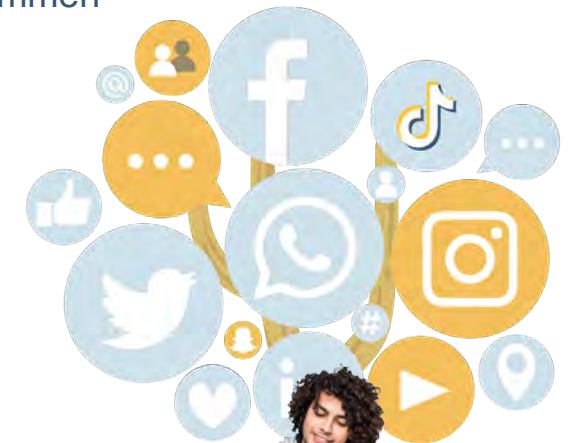
Nur **11 %** der von uns befragten Jugendlichen nutzen soziale Medien zur aktiven Suche nach Ausbildungsplätzen ([zur Folie](#)), **40 %** nehmen Angebote passiv wahr. Bei den Unternehmen erfreuen sich die sozialen Medien einer größeren Beliebtheit als bei der jungen Generation. **79 %** nutzen sie für ihr Azubi-Marketing ([zur Folie](#)).

Wir Menschen werden täglich mit einer Vielzahl von Werbebotschaften bombardiert. Fragen Sie sich selbst

einmal, an wie viele Werbebotschaften in den sozialen Medien oder im Fernsehen Sie sich erinnern können. Und was haben Botschaften gemeinsam, an die Sie sich erinnern können? Botschaften, die auf unsere Schmerzpunkte, unsere Bedürfnisse oder Ängste einzahlen haben eine größere Chance wahrgenommen zu werden.

**Wie Sie das für Ihr Social Media Recruiting umsetzen können, erzähle ich Ihnen in meinem kostenlosen Impulse Webinar „Social Media Performance Recruiting“, zu dem Sie sich hier kostenlos anmelden können.**

[shrtnr.link/some/](https://shrtnr.link/some/)



# 10. Die eigenen Anforderungen hinterfragen

Für **60 %** der befragten Unternehmen verlieren Noten in den Kernfächern in Zukunft bei der Besetzung von Ausbildungsplätzen an Bedeutung ([zur Folie](#)). Vorerfahrungen und Schulabschlüsse werden auch weniger wichtig. Was für Auswahlkriterien werden dann an Bedeutung gewinnen? Oder nehmen sie einfach jeden, den sie bekommen können?

Sind es die sozialen Kompetenzen, die dann im Auswahlprozess entscheidend werden? Und wenn ja, welche? Die ach so beliebte Teamfähigkeit, für die es nicht mal eine klare Definition gibt, die aber bei Azubis und Ausbildern den ersten Platz bei den gewünschten und vorhandenen Kompetenzen belegt? ([zu den Folien](#))

Lernfähigkeit und Veränderungsbereitschaft gelten als Future Skills. Vielleicht sollten wir nicht nur von den Jugendlichen mehr Selbstreflektion erwarten, sondern uns selbst hinterfragen, ob wir immer die richtigen Anforderungen stellen.



Warum das mit der Teamfähigkeit so eine Sache ist, lesen Sie in meinem E-Book Eignungsdiagnostik. QR-Code scannen oder Link anklicken, dem Funnel folgen und E-Book kostenlos herunterladen

[shrtnr.link/funnel/](https://shrtnr.link/funnel/)



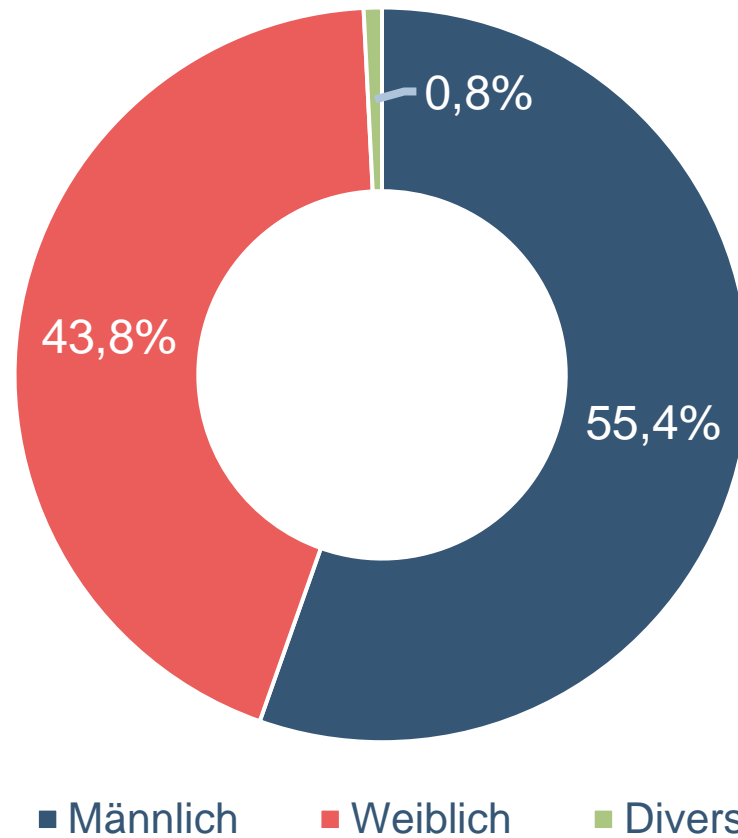
# Statistik

Wer hat mitgemacht?



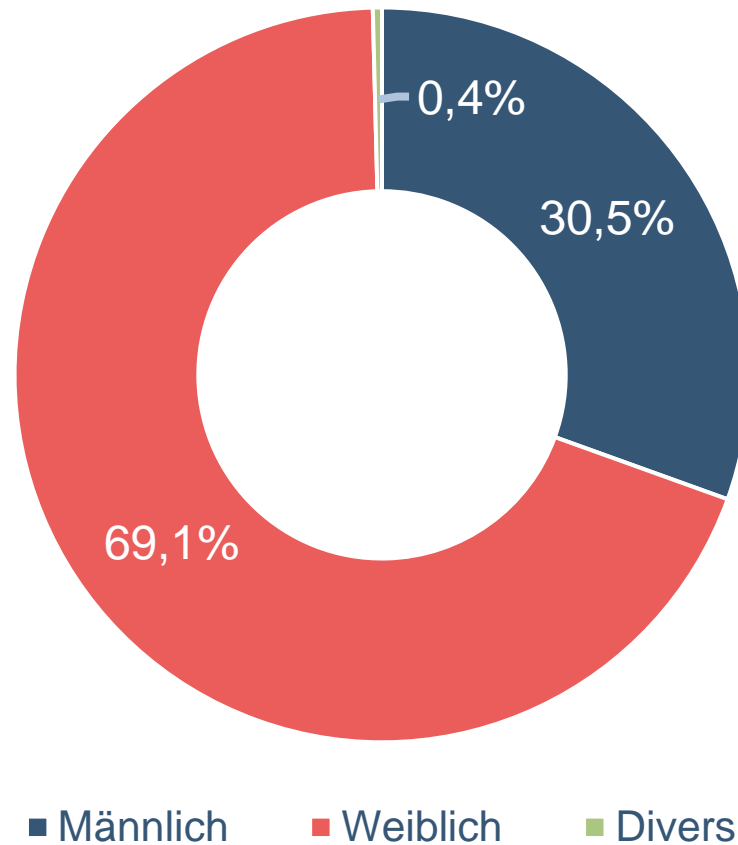
# Teilnehmer\*innen

4284 Schüler\*innen und Auszubildende



# Teilnehmer\*innen

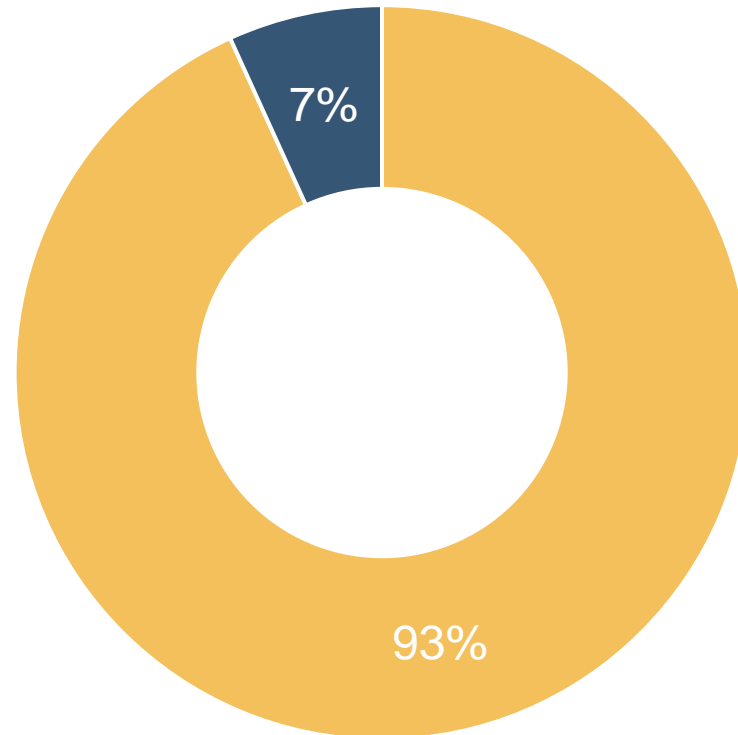
1639 Ausbildungsverantwortliche





# Background Teilnehmer\*innen

„In welchem Jahr bist du geboren?“

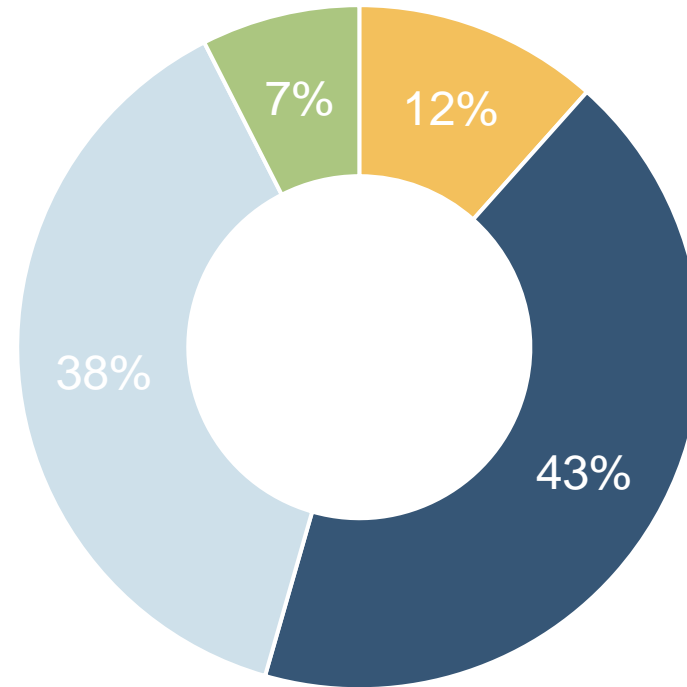


■ Generation Z (1995 - 2006)

■ Generation Y (1991 - 1994)

# Background Teilnehmer\*innen

„In welchem Jahr sind Sie geboren?“

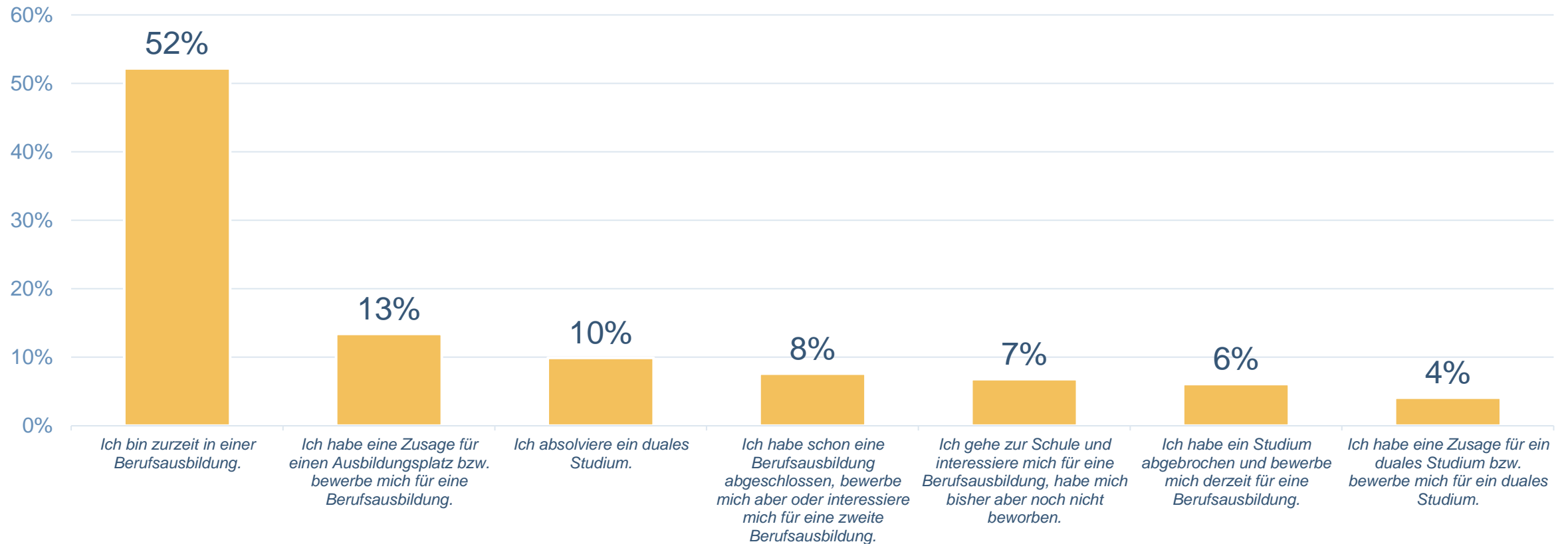


- Generation Z (jünger als 1995)
- Generation X (1965 - 1975)

- Generation Y (1980 - 1990)
- Babyboomer (älter als 1960 - 1964)

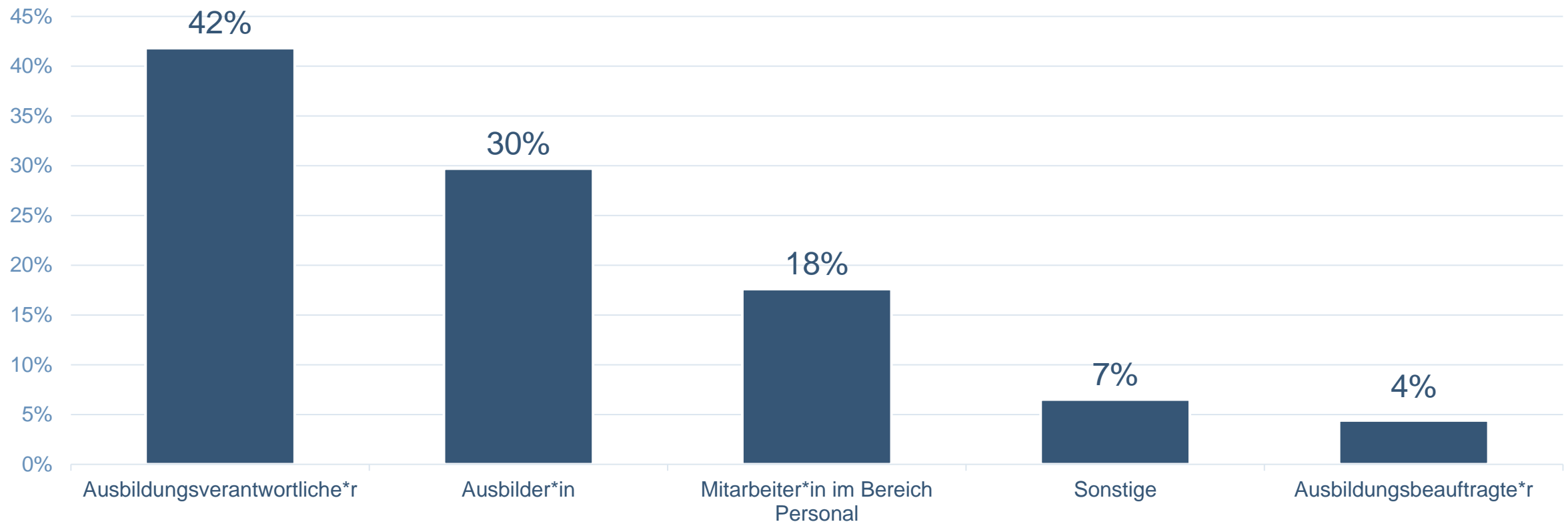
# Background Teilnehmer\*innen

„Was trifft auf dich zu?“



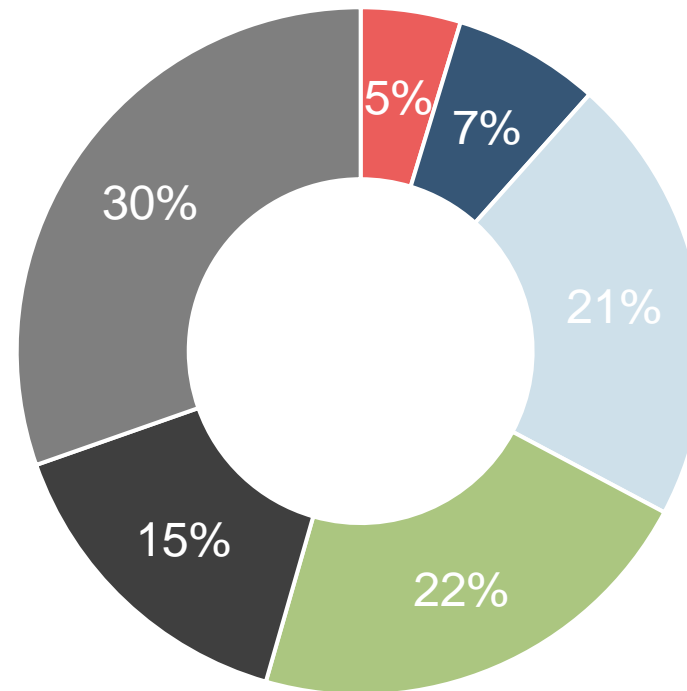
# Background Teilnehmer\*innen

Was ist Ihre Funktion im Unternehmen? Ich bin ...



# Unternehmensgröße

„Wie groß ist das Unternehmen, in dem Sie arbeiten?“



■ Bis 20 Mitarbeitende

■ 201-500 Mitarbeitende

■ 21-50 Mitarbeitende

■ 501-1000 Mitarbeitende

■ 51-200 Mitarbeitende

■ Mehr als 1000 Mitarbeitende



**Arbeitgeberattraktivität  
ist auch eine Frage der  
Branche!**



# 68 %

**der Jugendlichen haben sich gezielt für  
eine Branche entschieden. Branchen  
beeinflussen das Image.**

# Branchen

*„Nicht nur Arbeitgeber haben ein Image und stehen miteinander im Wettbewerb, sondern Branchen auch. Wie viele Branchen kennen die Jungerwachsenen wirklich? Wissen sie wie wichtig die Branche ist, was die Branche ausmacht u.v.m.? Auch Branchenverbände haben eine Aufgabe im Ausbildungsmarketing und noch viel mehr, sie haben eine Verantwortung.“*



# Branchen

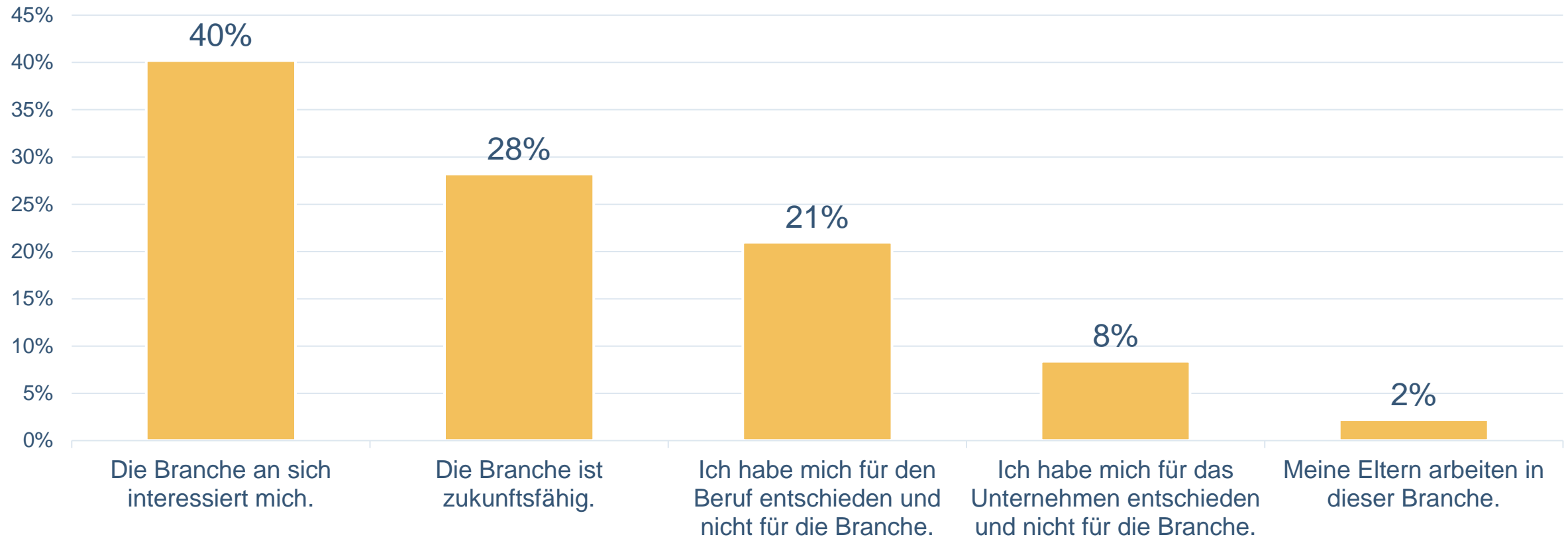
Automobilindustrie und -zulieferer	4%	4%
Banken	6%	6%
Baugewerbe	2%	3%
Chemie	4%	5%
Gastronomie	1%	1%
Gesundheit	3%	3%
Handel	8%	9%
Handwerk	4%	3%
Hotellerie	0%	1%
Immobilien	2%	2%
IT-Branche	18%	6%
Logistik	4%	3%
Maschinen- und Anlagenbau	6%	7%
Medien- und Druckbranche	2%	3%
Öffentlicher Dienst	9%	13%
Sozialer Bereich	2%	1%
Stadtwerke / Verkehrsbetriebe / Energieversorger	3%	3%
Tourismus	1%	1%
Verarbeitende / fertigende Industrie / Maschinenbau	5%	12%
Versicherungen	4%	3%
Sonstige	13%	12%

*„In welcher Branche ist Ihr Unternehmen hauptsächlich tätig?“*

*„In welcher Branche wirst du ausgebildet oder würdest du gerne ausgebildet werden?“*

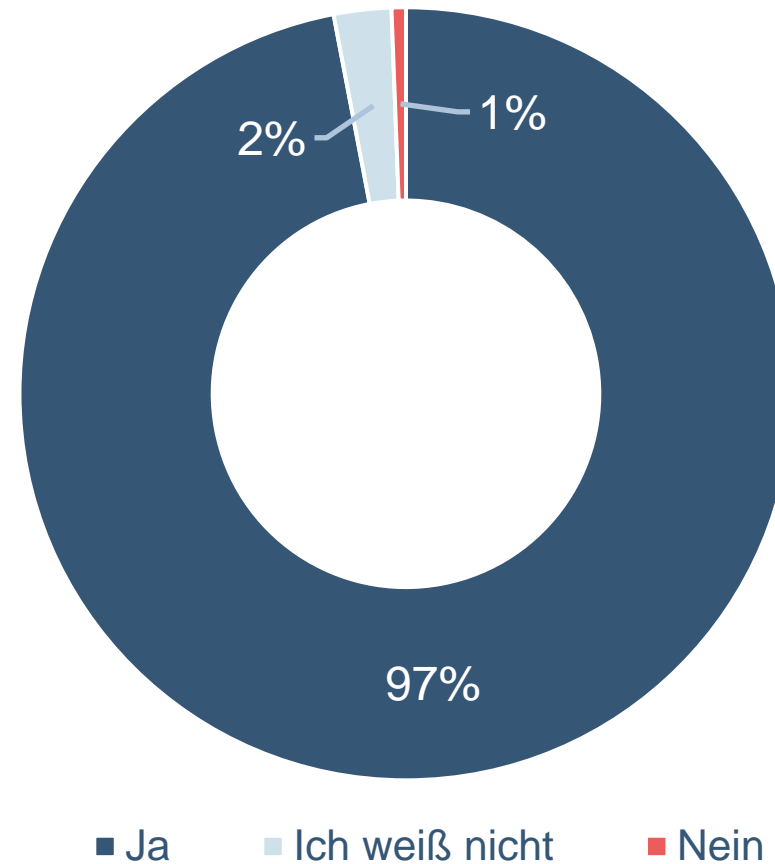
# Branchen

„Nach welchem Kriterium hast du dich für die Branche entschieden?“



# Branchen

„Halten Sie die Branche, in der Sie arbeiten, für zukunftsfähig?“





**Die Qual der Wahl – hat  
immer häufiger die junge  
Generation.**



# 52 %

**der Jugendlichen können zwischen zwei  
Ausbildungsangeboten wählen. 58 % der  
Unternehmen konnten nicht alle  
Ausbildungsplätze besetzen.**

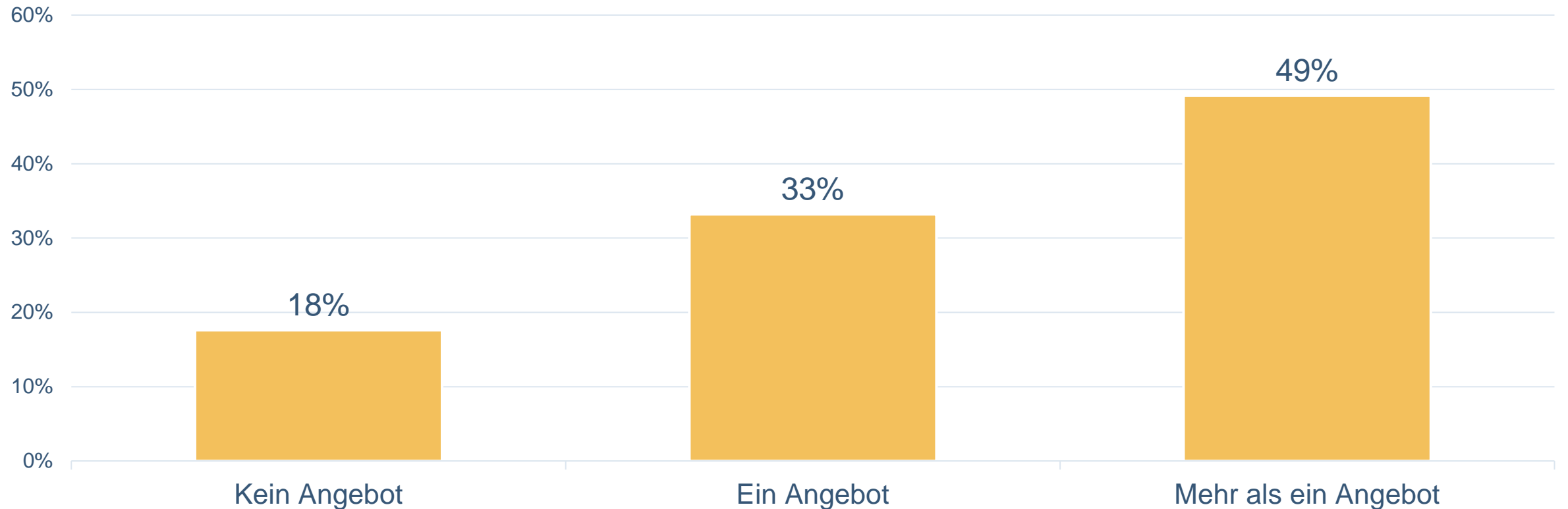
# Ausbildungsjahr 2022/23

*„Der Ausbildungsmarkt ist ein Angebotsmarkt. Die junge Generation kann zwischen verschiedenen Angeboten wählen – immer mehr Ausbildungsplätze bleiben unbesetzt. Unternehmen tun gut daran, sich mit den Wünschen und Werten der jungen Generation auseinanderzusetzen.“*



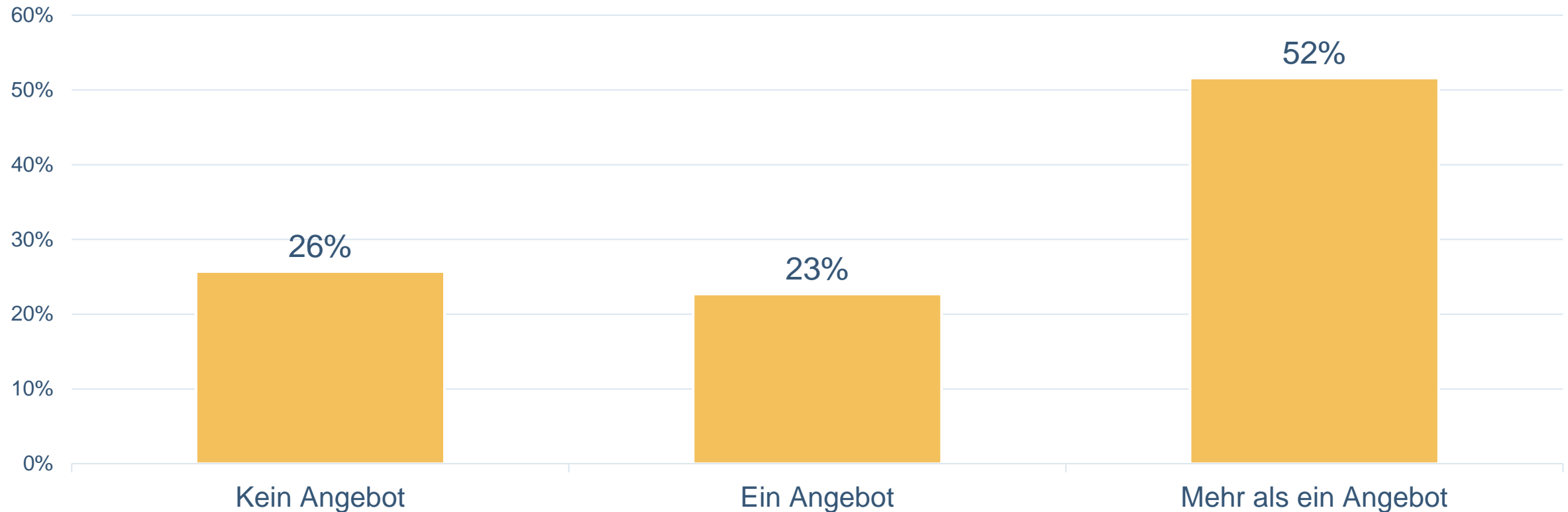
# Angebote duales Studium

„Wie viele Angebote für ein duales Studium hast Du (bisher) erhalten?“



# Ausbildungsplatzangebote

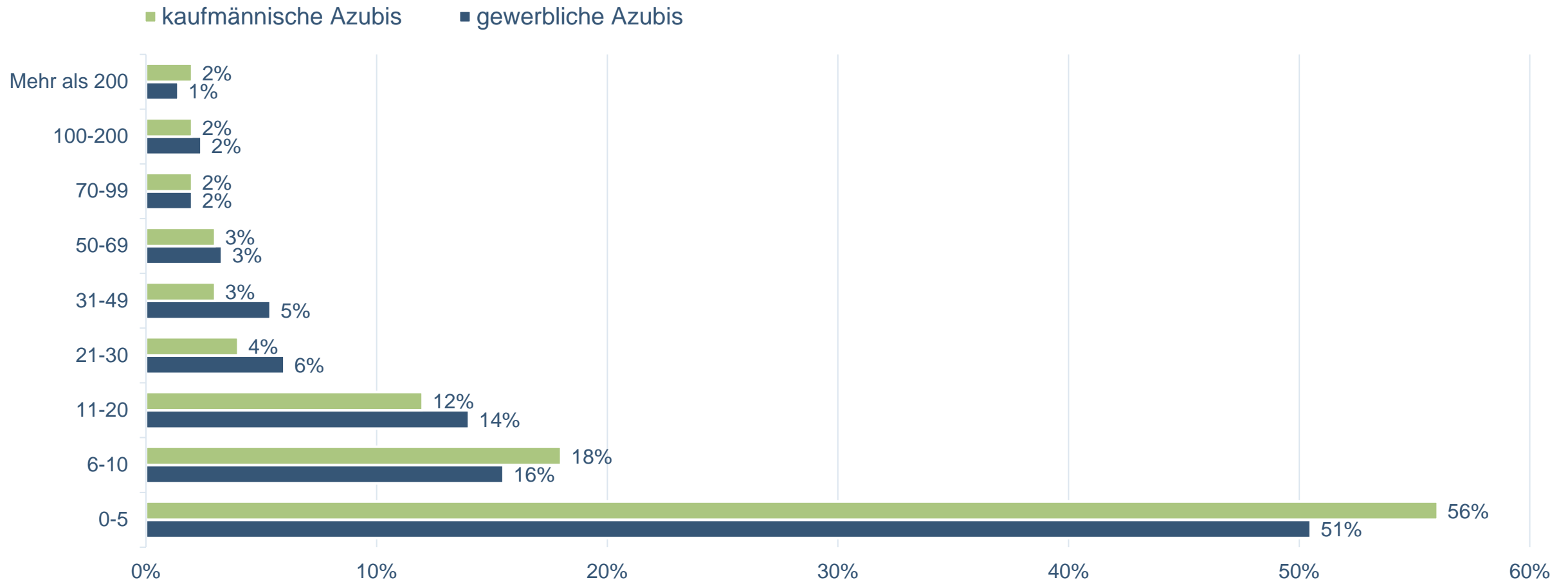
„Wie viele Ausbildungsplatzangebote hast du (bisher) erhalten?“





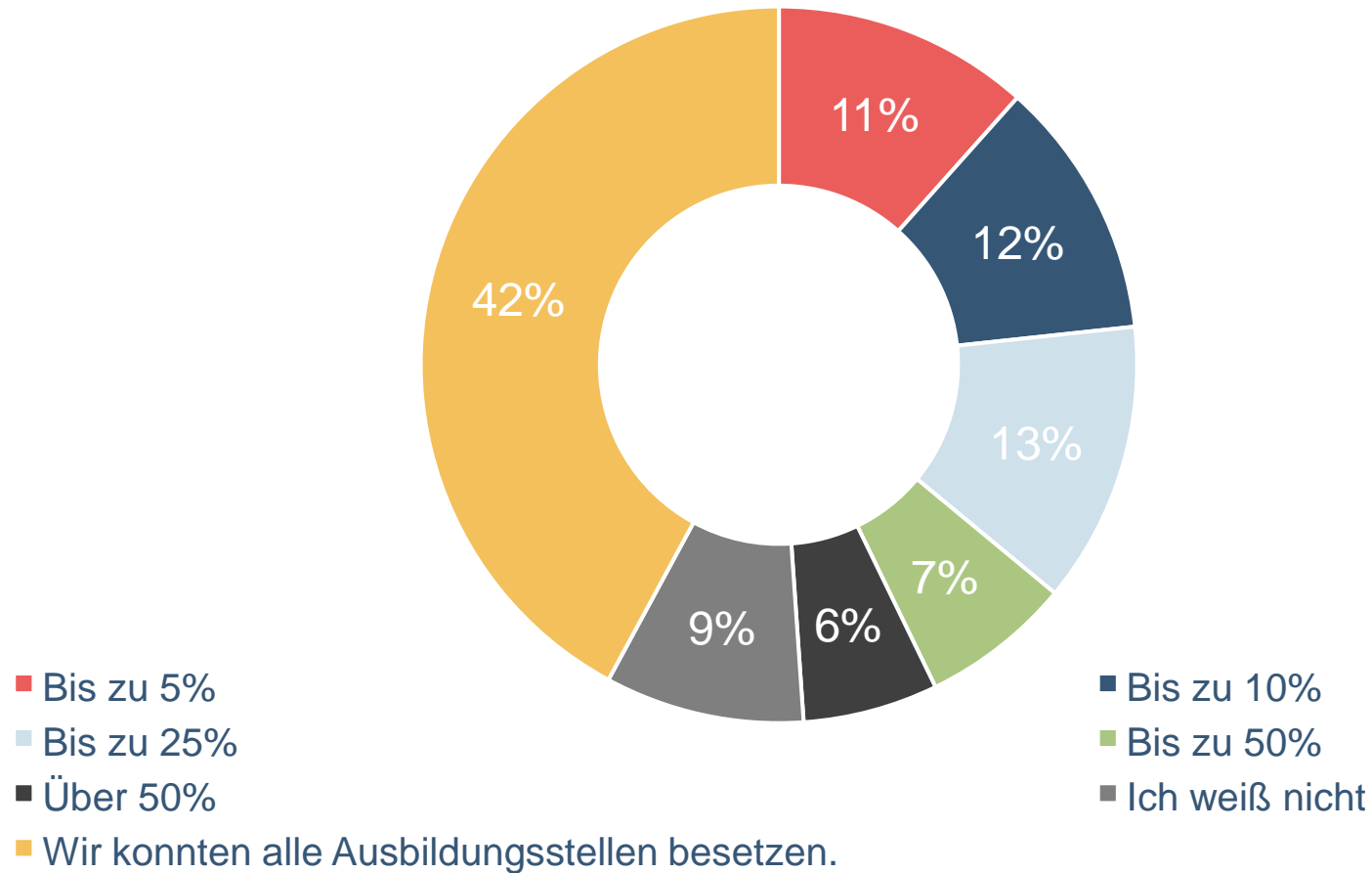
# Ausbildungsjahr 2022/23

„Wie viele Auszubildende haben Sie für das Ausbildungsjahr 2022/2023 eingestellt?“



# Ausbildungsjahr 2022/23

„Wieviel Prozent Ihrer Ausbildungsplätze blieben für das Ausbildungsjahr 2022/2023 unbesetzt?“





# Besetzungsprobleme – Schuld sind immer die Anderen

# 50 %

**der Generation Z sehen den Grund für die Besetzungsprobleme in der fehlenden Berufsorientierung in den Schulen. 45 % der Unternehmen nennen das gleiche Argument.**

# Besetzungsprobleme

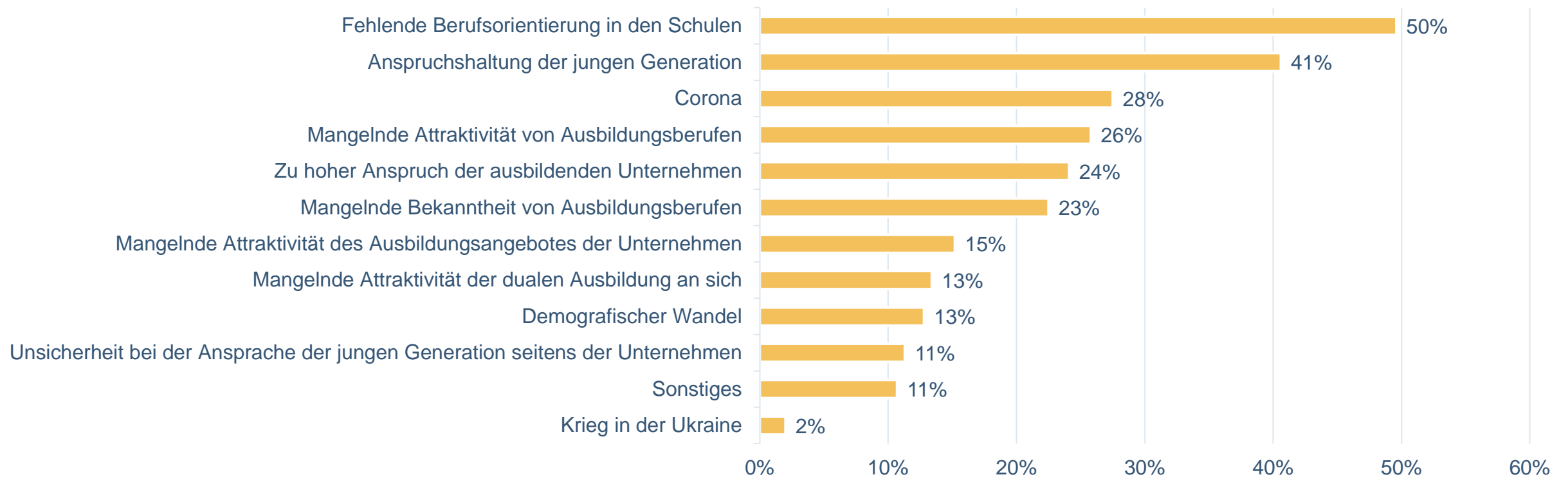
*„Auf andere zu warten ist nicht immer eine gute Idee. Wer könnte besser eine Berufsorientierung geben und realistischere und gute Vorstellungen von einem Ausbildungsberuf vermitteln als Sie?“*





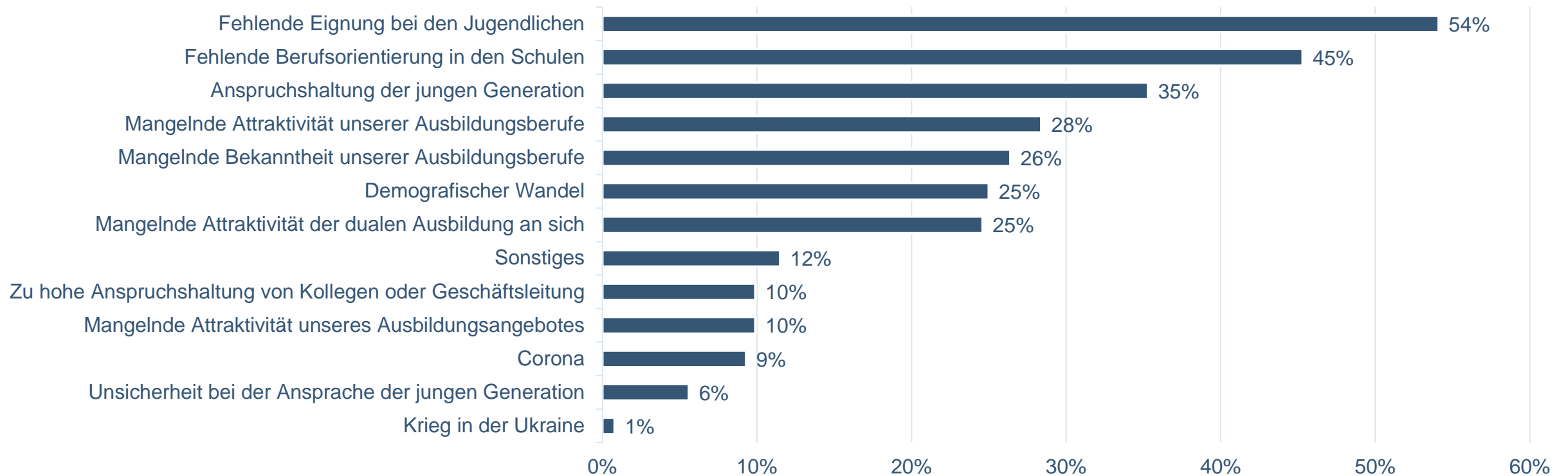
# Besetzungsprobleme

„Im Sommer 2022 blieben viele Ausbildungsplätze unbesetzt. Wer oder was ist in deinen Augen dafür verantwortlich?“



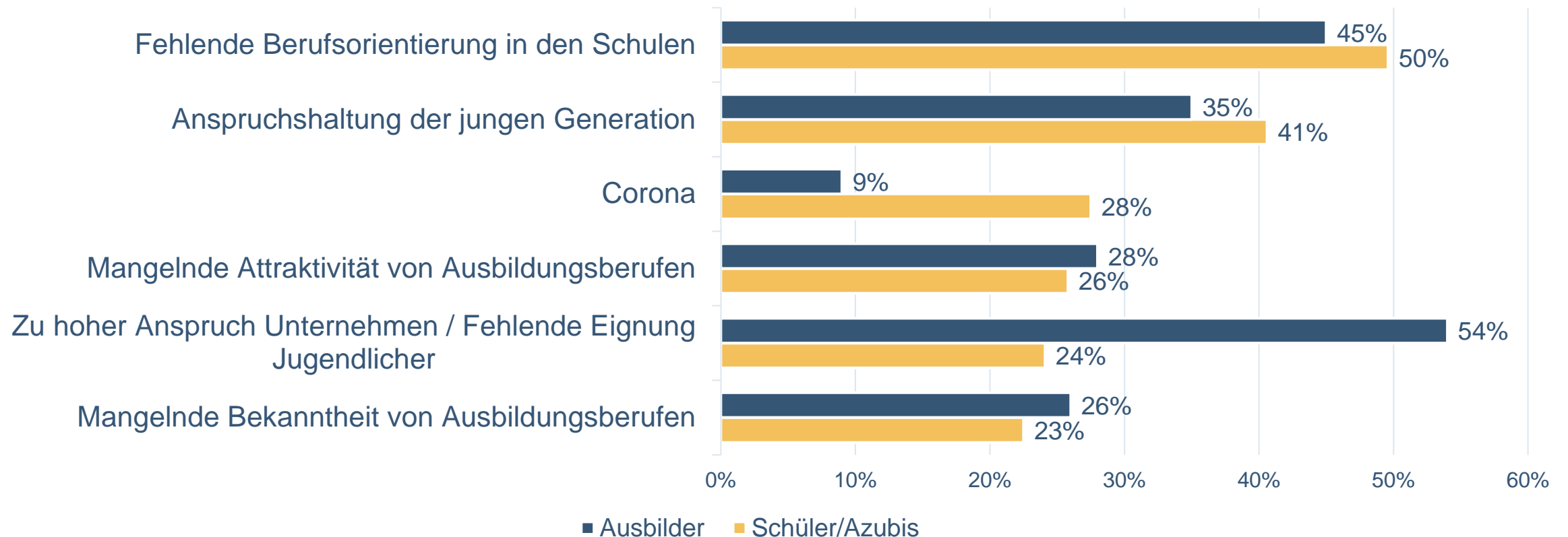
# Besetzungsprobleme

„Wer oder was ist in Ihren Augen verantwortlich dafür, dass Sie nicht alle Ausbildungsplätze besetzen konnten?“



# Besetzungsprobleme – Vergleich

*Im Sommer 2022 blieben viele Ausbildungsplätze unbesetzt. Wer oder was ist in deinen/Ihren Augen dafür verantwortlich?*



**Azubis sind mit ihrer  
Ausbildung  
mehrheitlich zufrieden.**



# 55 %

**der jungen Menschen sind mit Ihrer  
Ausbildung zufrieden. 72 % der  
Ausbilder\*innen sind mit ihrer Arbeit  
zufrieden.**

# Zufriedenheit

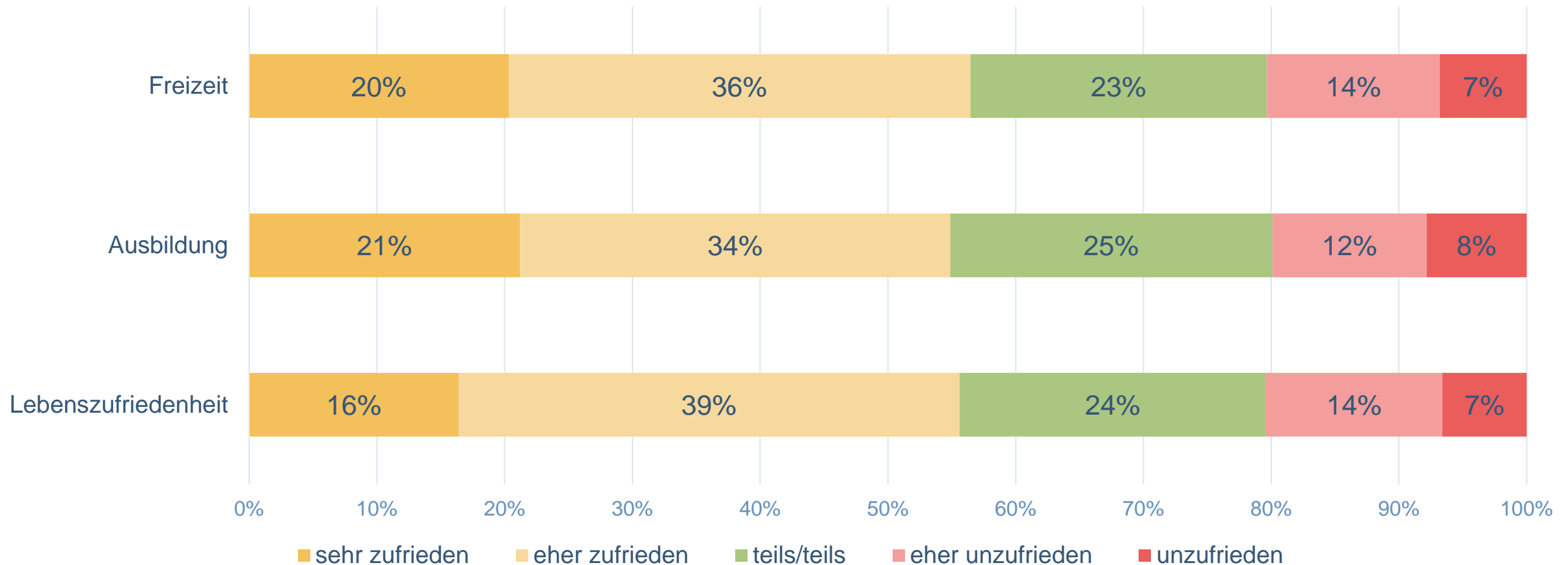
*„Die Arbeitszufriedenheit ist eine wichtige Zielgröße in vielen Unternehmen. Warum ist dies so? Weil Arbeitszufriedenheit auf das Commitment und dieses wiederum auf die Identifikation mit der Aufgabe, dem Team und dem Unternehmen einzahlt. Ist die Identifikation mit dem Arbeitgeber hoch, steigt sowohl das Engagement, aber auch die Bereitschaft den Arbeitgeber weiterzuempfehlen.“*





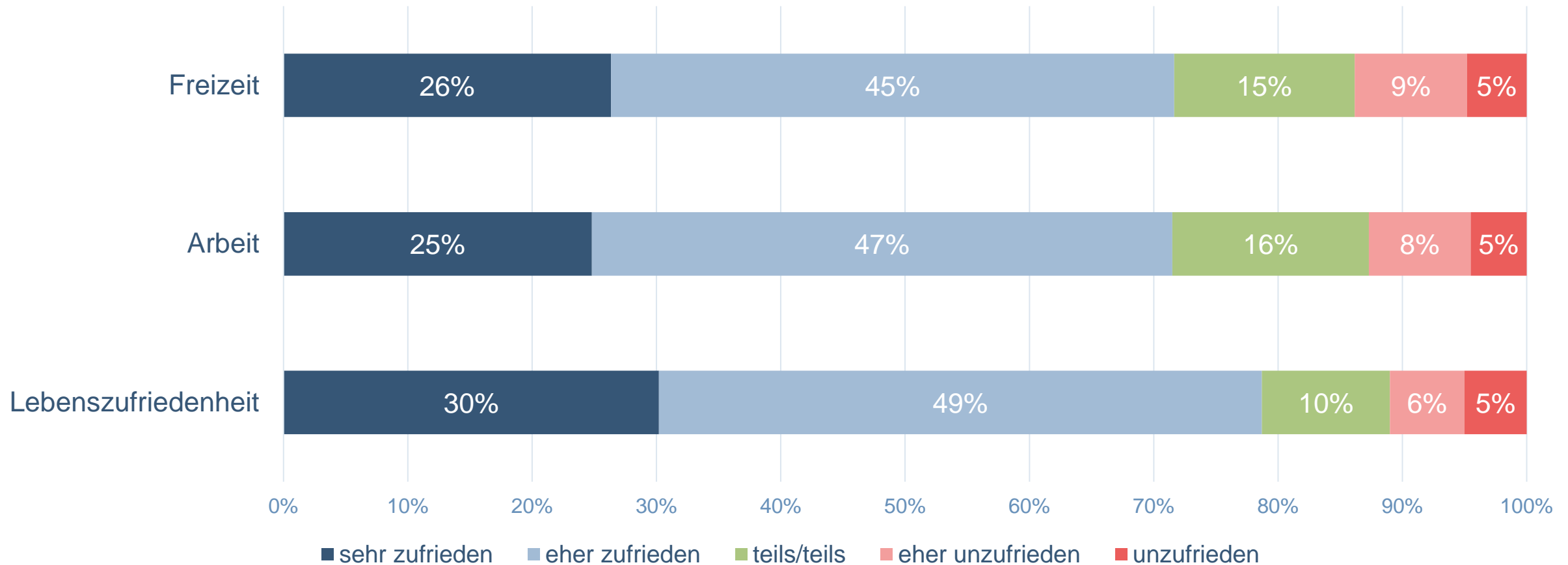
# Zufriedenheit der jungen Generation

„Wie zufrieden bist Du mit deiner...“

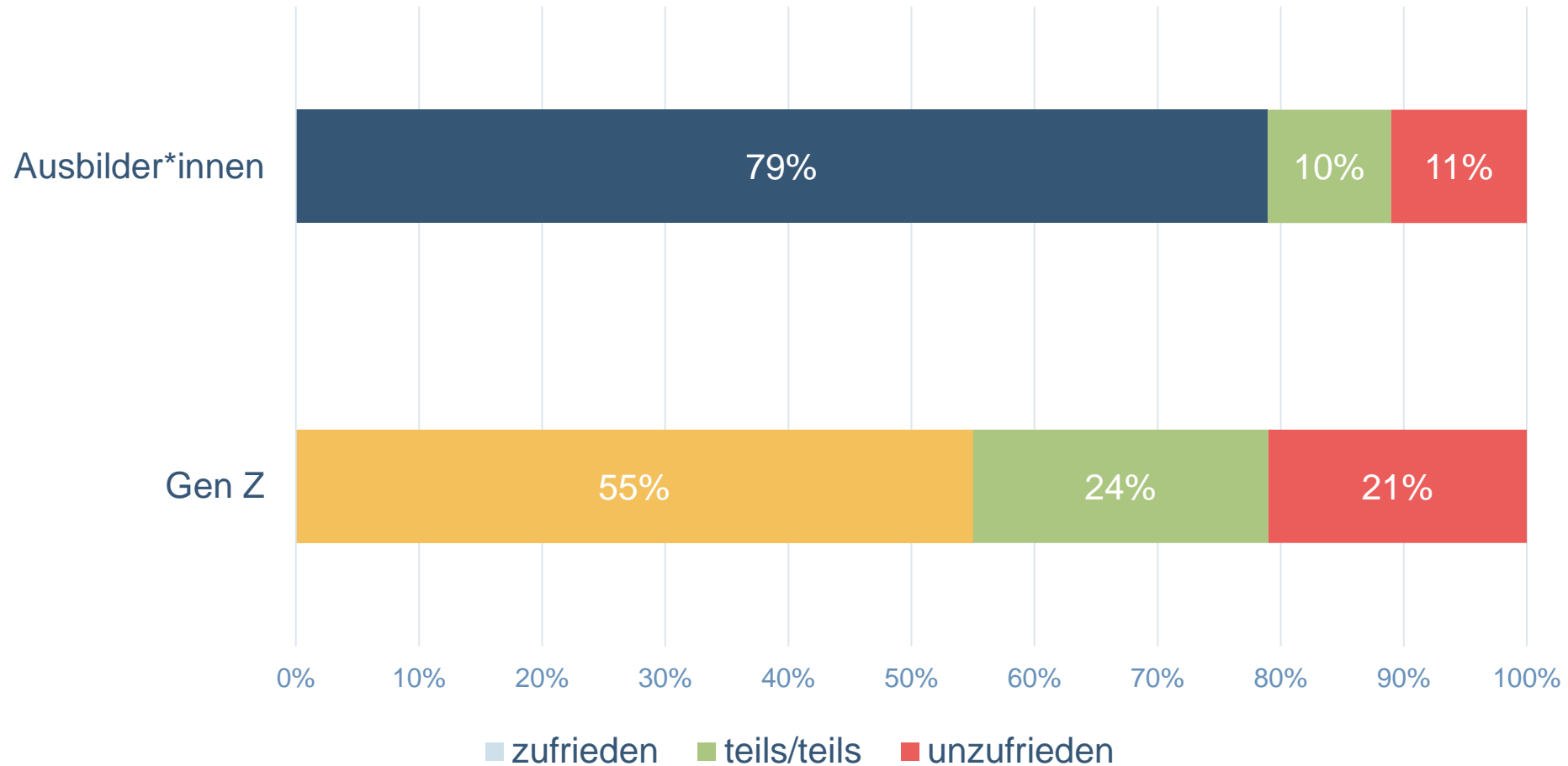


# Zufriedenheit der Ausbilder\*innen

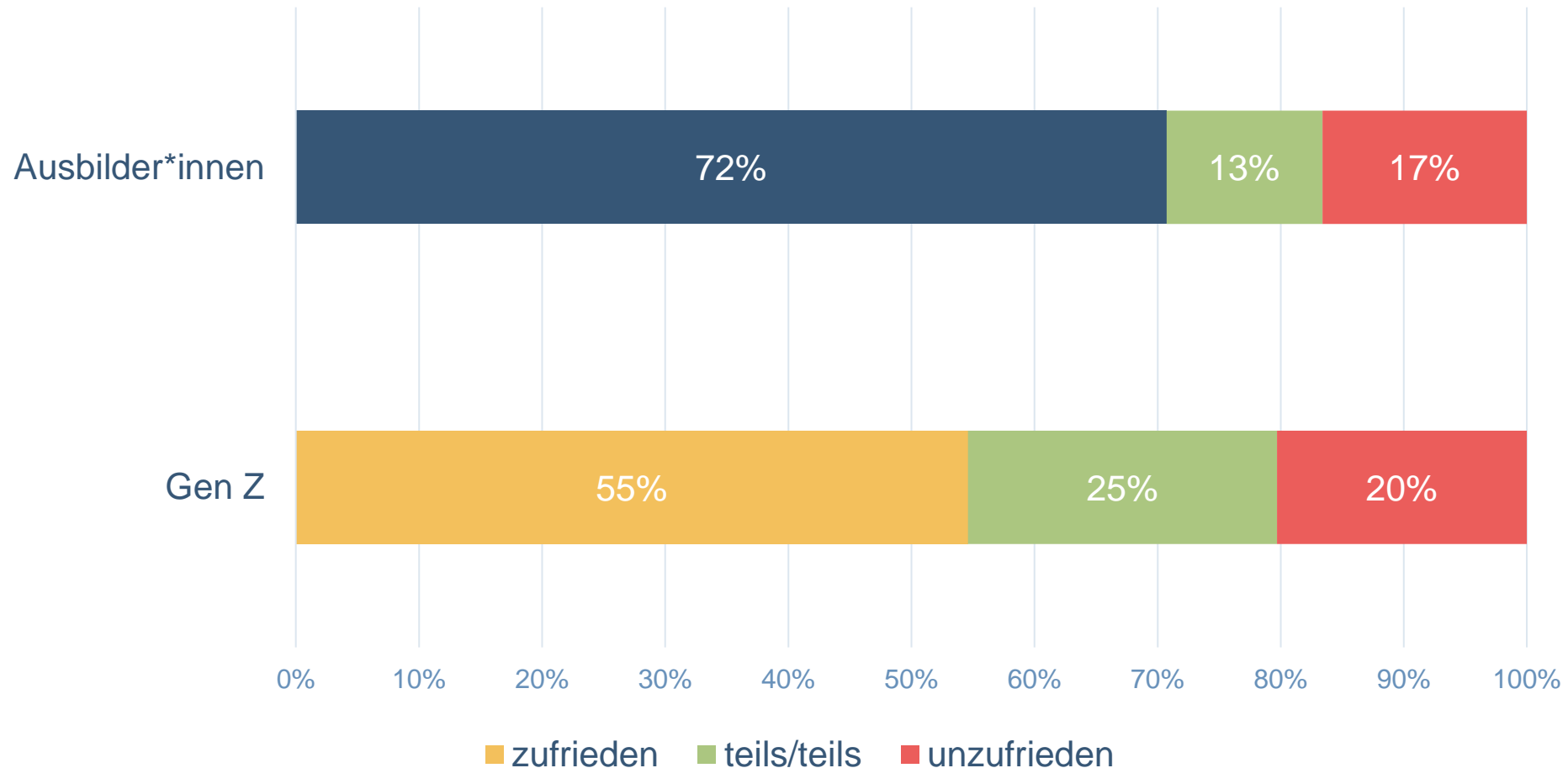
„Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer...“



# Lebenszufriedenheit im Vergleich



# Arbeitszufriedenheit im Vergleich





**Du oder Sie?  
Das ist für die junge  
Generation keine Frage.**

# 62 %

**der Jugendlichen möchten lieber in einem Unternehmen arbeiten, in dem geduzt wird. Nur in 32 % der Unternehmen duzen sich alle.**



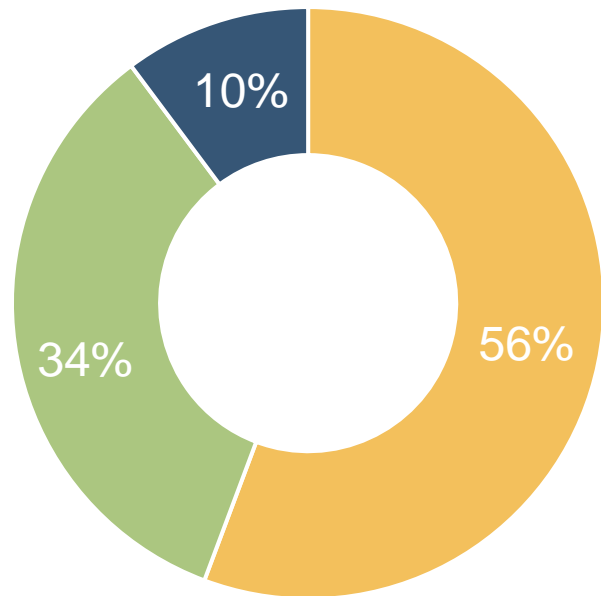
# Du oder Sie?

*„Bei der jungen Generation sind die Ergebnisse eindeutig. Sie bevorzugen das „Du“. Anders bei den Unternehmen. Bei über der Hälfte herrscht bei der Ansprache im Unternehmen eine Gemengelage. Unternehmen tun gut daran, hier Klarheit herbeizuführen und damit die Attraktivität zu steigern.“*



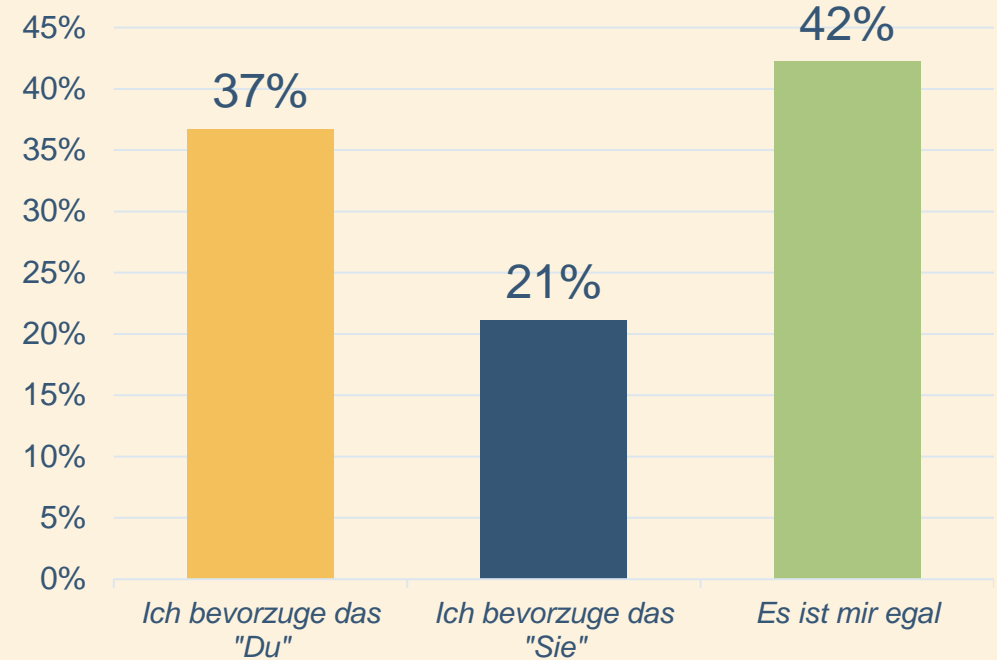
# Die Ansprache

„Wie möchtest du auf Karrierewebsites, in Stellenanzeigen, Azubi-Flyern etc. angesprochen werden?“



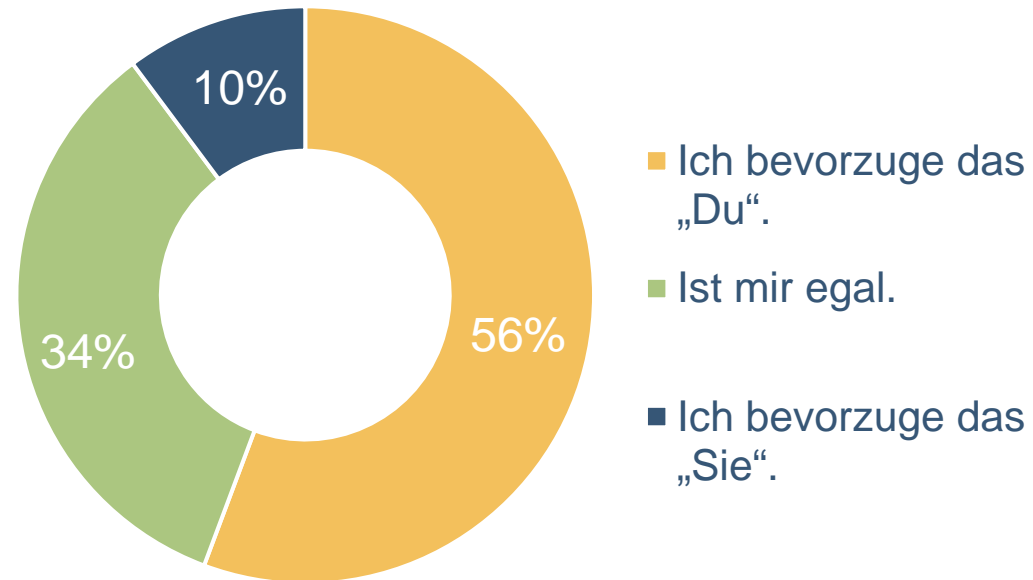
- Ich bevorzuge das „Du“.
- Ich bevorzuge das „Sie“.
- Ist mir egal.

## Vergleich zur Studie 2016

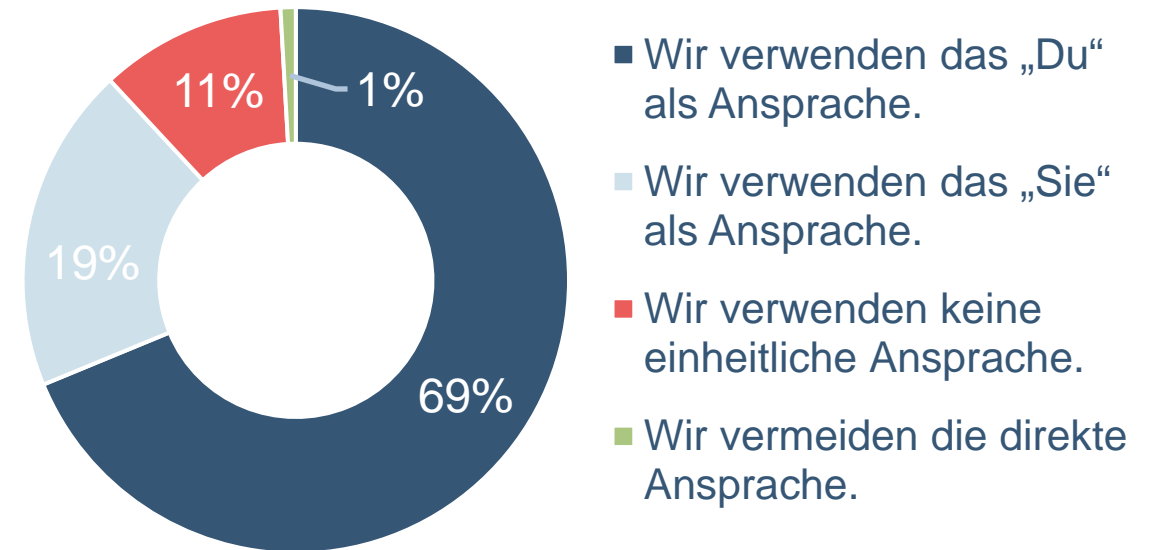


# Die Ansprache - Vergleich

„Wie möchtest du auf Karrierewebseiten, in Stellenanzeigen, Azubi-Flyern etc. angesprochen werden?“

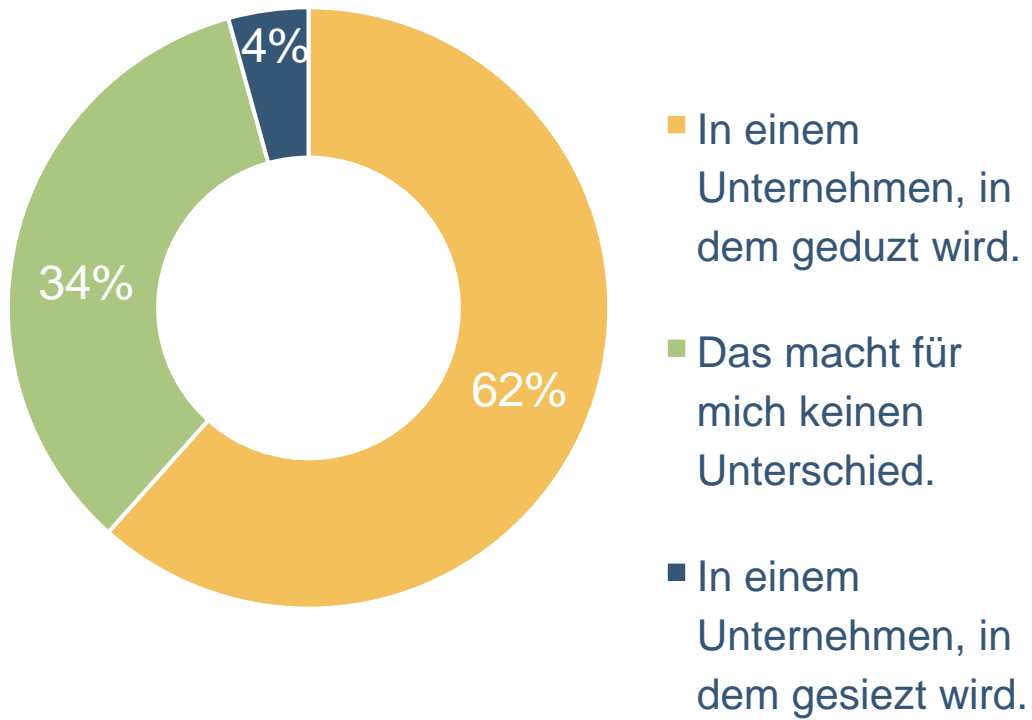


„Sprechen Sie Ihre Bewerbenden für eine Ausbildung im Azubimarketing und Recruiting mit „Du“ oder „Sie“ an?“

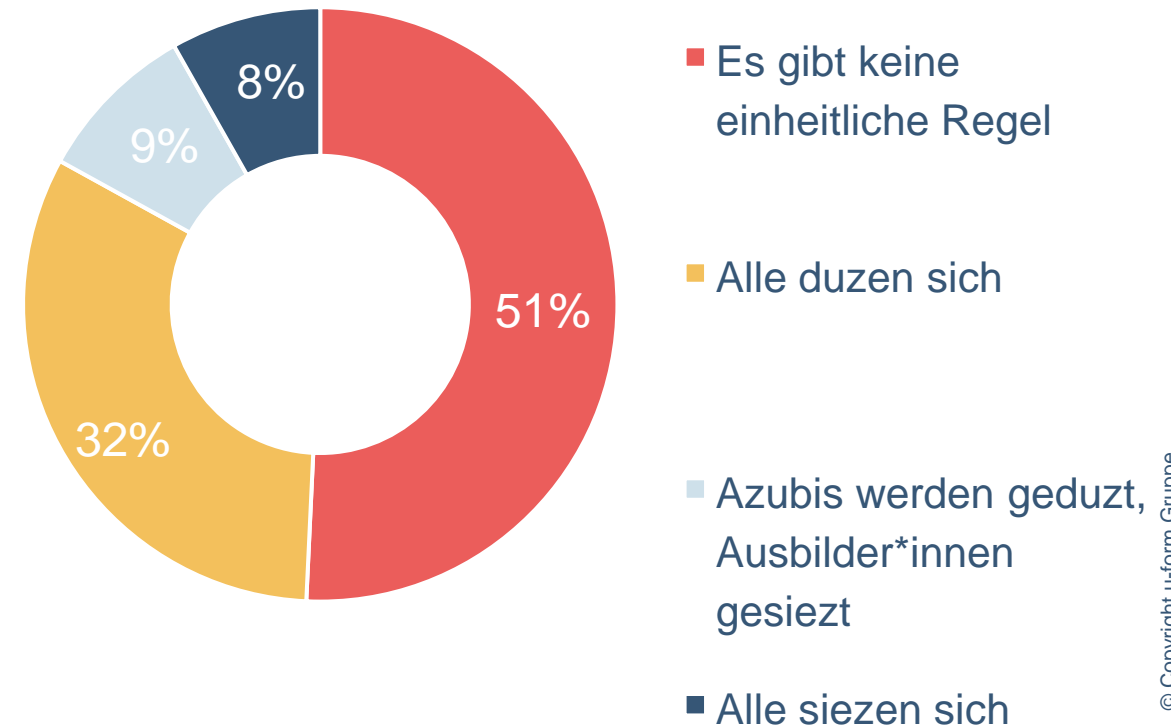


# Die Ansprache

„Wo würdest du lieber arbeiten?“



„Wie handhaben Sie die Ansprache in Ihrem Unternehmen?“



# Es tut sich was – Bewerbungsverfahren im Wandel



# 83 %

**der Bewerbenden bevorzugen die  
Online-Bewerbung. Nur 20 %  
finden Video-Bewerbungen gut.**



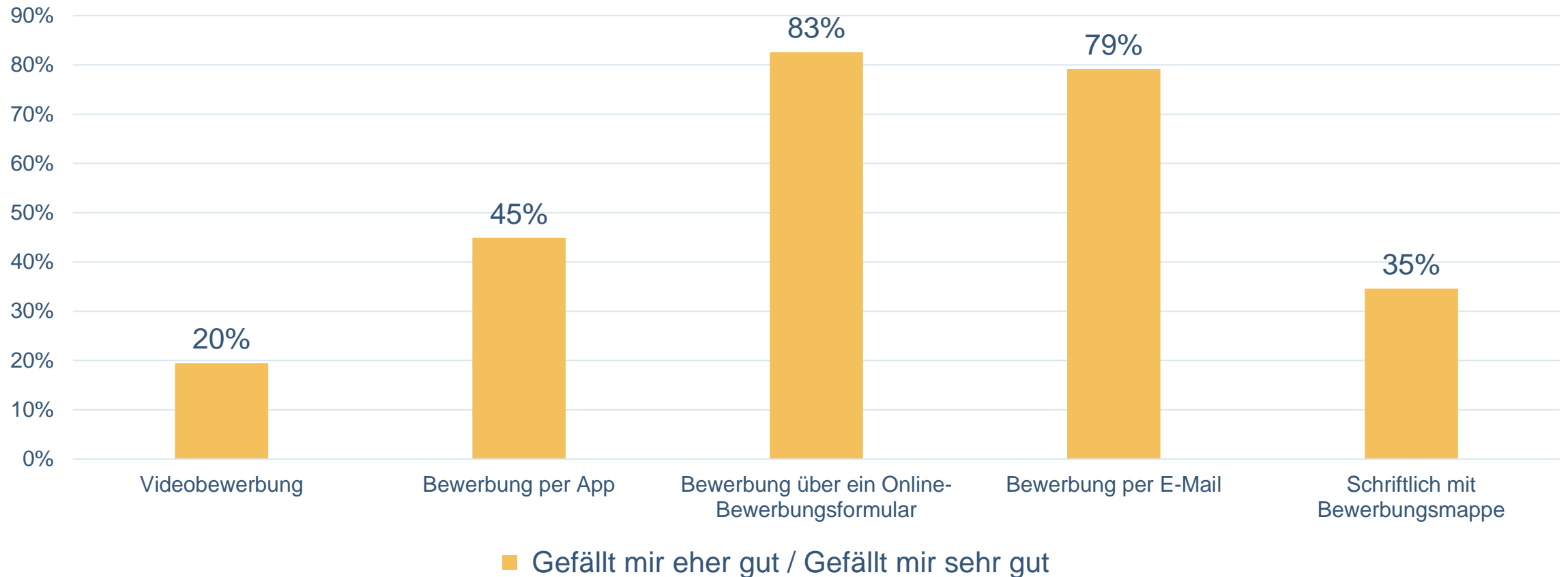
# Bewerbungsformen

*„Wer wirklich wissen will wie gut seine eigenen Instrumente und Prozesse sind, der sollte sich bei seinem eigenen Ausbildungsbetrieb einmal bewerben, aber aus der Perspektive eines Jungerwachsenen.“*



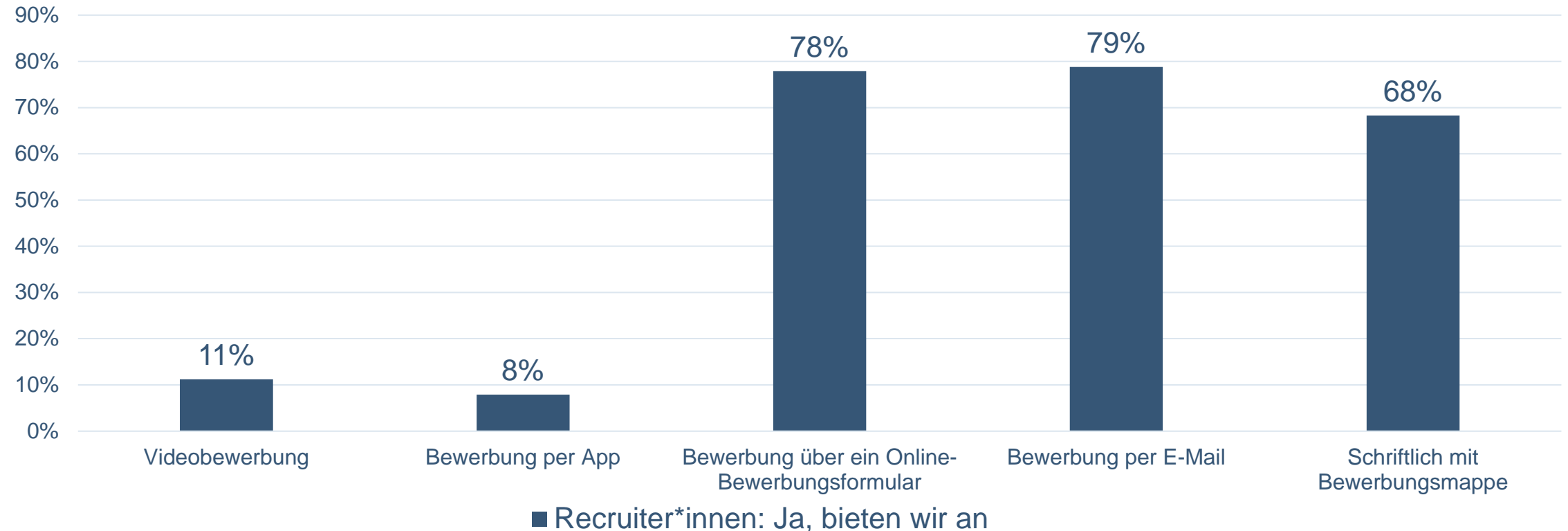
# Bewerbungsmöglichkeiten

„Wie findest Du die folgenden Bewerbungsmöglichkeiten?“



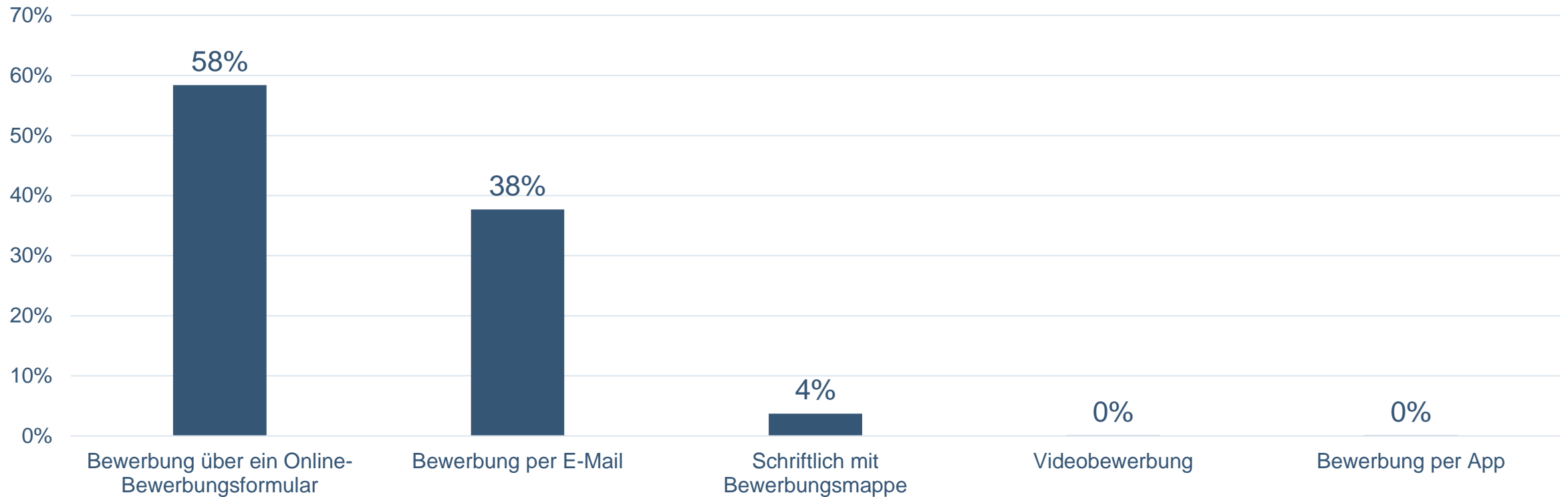
# Bewerbungsmöglichkeiten

„Welche der folgenden Bewerbungsmöglichkeiten bietet Ihr Unternehmen an?“



# Bewerbungseingänge

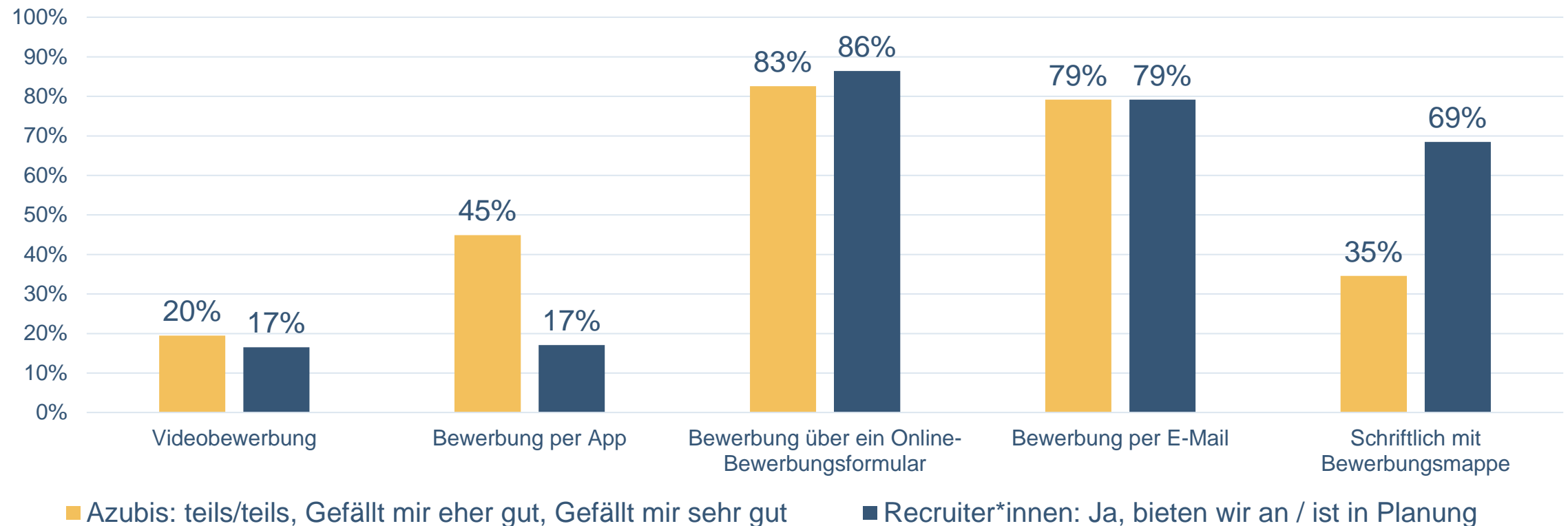
„Wie gehen die meisten Ihrer Bewerbungen für Ausbildungsstellen bei Ihnen ein?“



# Bewerbungsmöglichkeiten

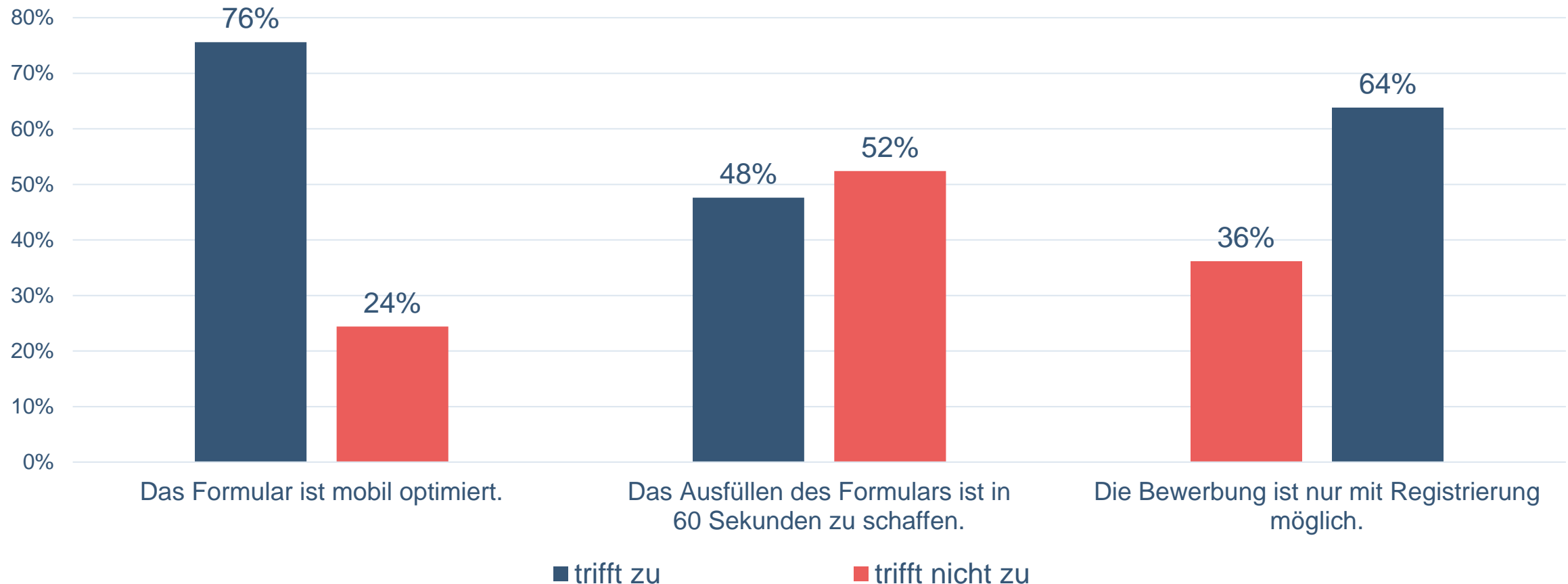
„Wie findest Du die folgenden  
Bewerbungsmöglichkeiten?“

„Welche der folgenden Bewerbungsmöglichkeiten  
bietet Ihr Unternehmen an?“



# Online-Bewerbungen

„Welche der folgenden Aussagen treffen auf Ihr Online-Bewerbungstool zu?“





**Nur weil Jugendliche  
gerne Videos gucken,  
heißt das nicht, dass sie  
sich mit Videos bewerben  
wollen.**



# 83 %

**der Bewerbenden bevorzugen die  
Online-Bewerbung. Nur 20 % finden  
Video-Bewerbungen gut.**

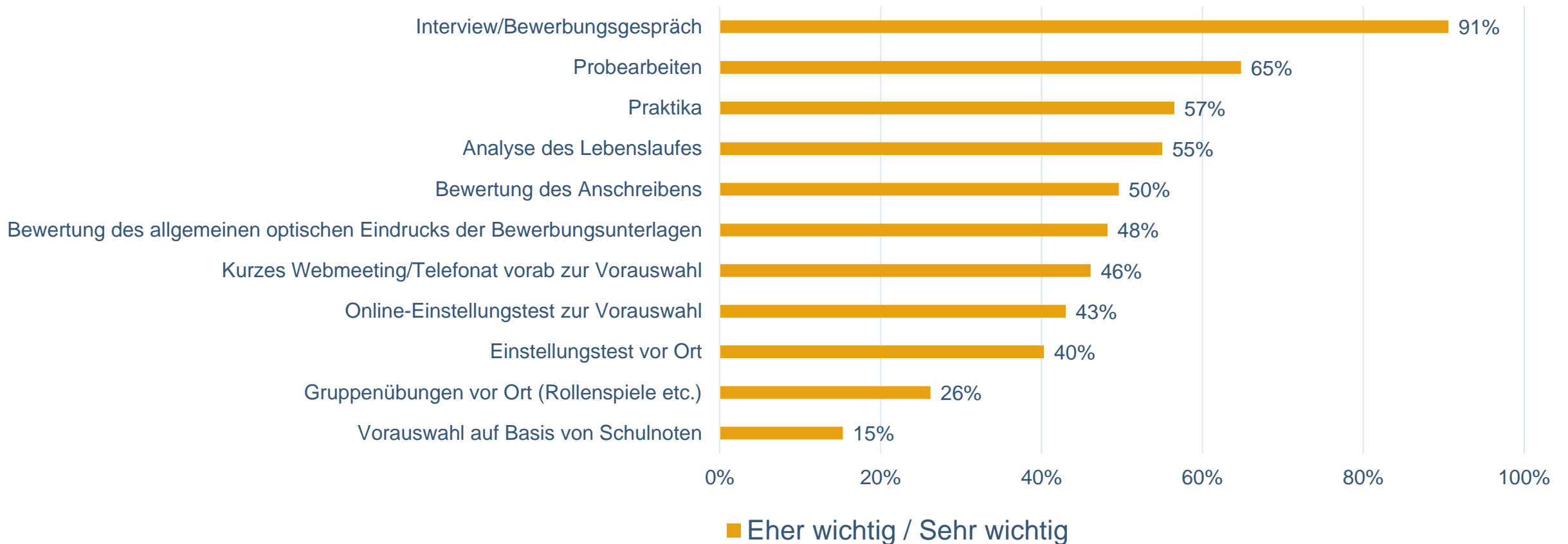
# Auswahlprozesse

*„Was Auswahlprozesse angeht, erzielen Azubi-Bewerbende und Unternehmen in vielen Punkten durchaus eine gewisse Einigkeit. Noch immer geben wenig valide Auswahlmethoden wie das Anschreiben die Richtung vor. Es wäre mehr als ratsam wissenschaftliche Aspekte mehr in den Vordergrund zu rücken, um zu validen Entscheidungen zu gelangen.“*



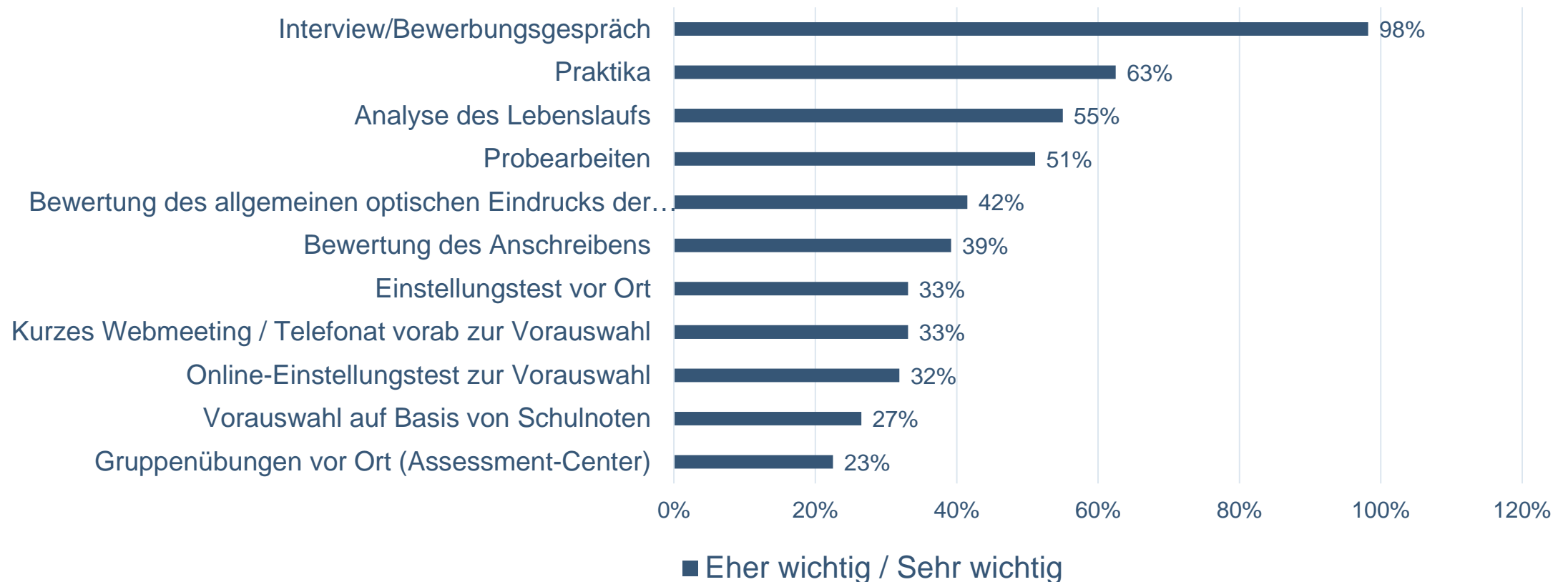
# Auswahlprozesse

„Für wie wichtig hältst du den Einsatz der folgenden Auswahlmethoden im Rahmen des Bewerbungsprozesses für eine Ausbildung?“



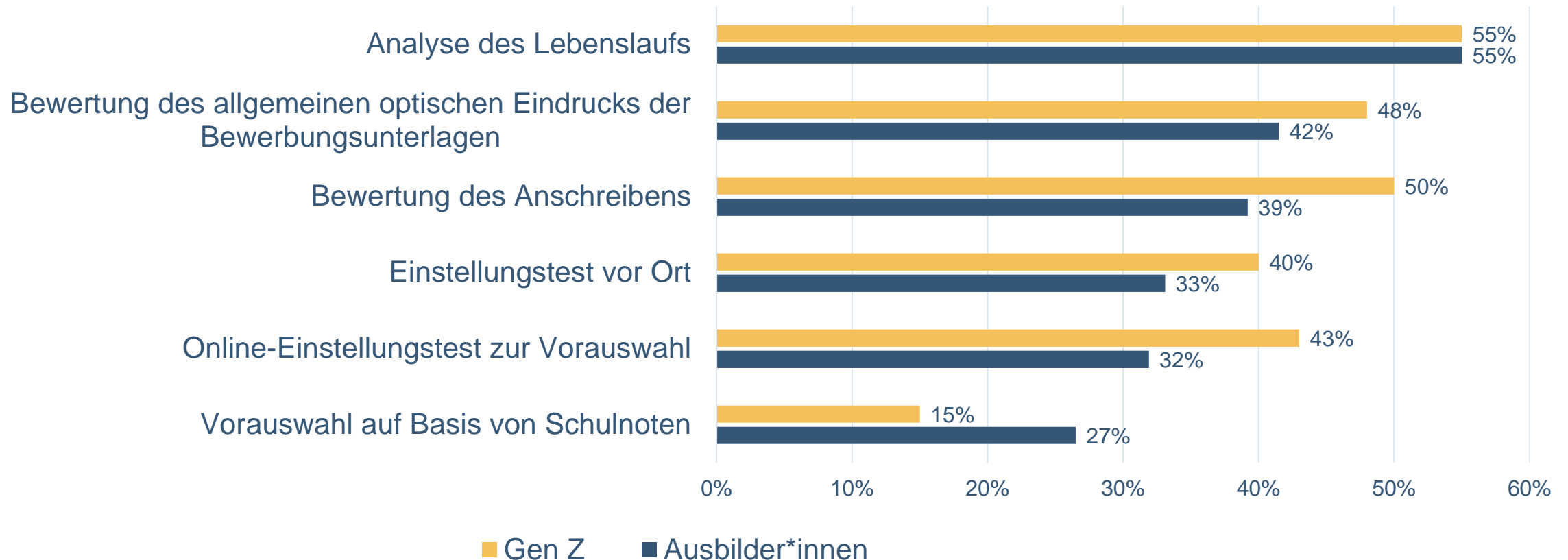
# Bewerbungsprozess

*“Für wie wichtig halten Sie den Einsatz der folgenden Instrumente bei der Auswahl von Auszubildenden in Ihrem Unternehmen?”*



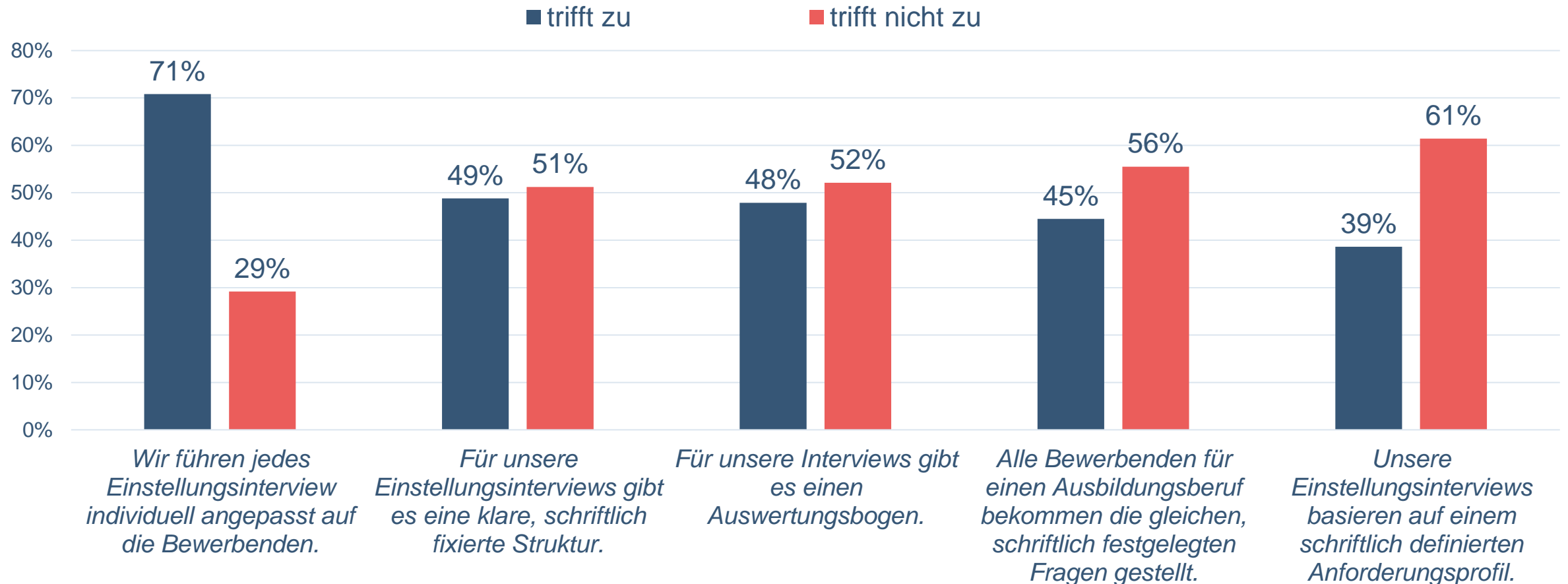
# Bewerbungsprozess – im Vergleich

„Für wie wichtig halten Sie den Einsatz der folgenden Instrumente bei der Auswahl von Auszubildenden in Ihrem Unternehmen?“



# Bewerberinterviews

„Welche der Aussagen trifft auf Ihre Einstellungsinterviews zu?“







# Azubi-Recruiting

Eine stetig wachsende Herausforderung.  
Auch für Sie?

## E-Paper „Eignungsdiagnostik“

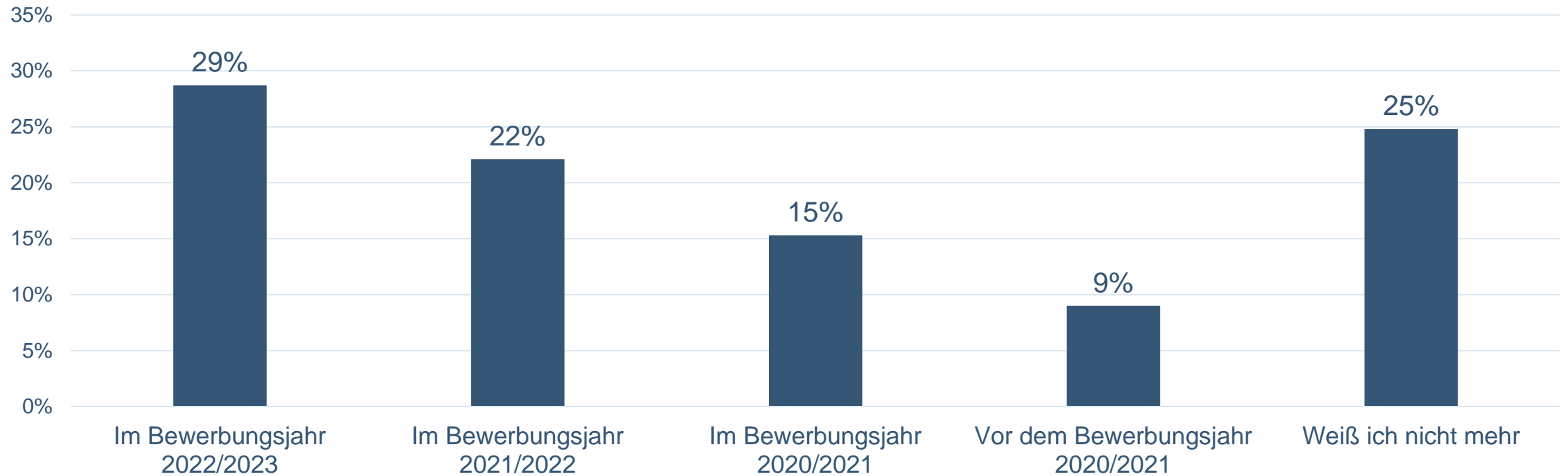
Einfach den QR-Code scannen,  
dem Funnel folgen und das E-Paper  
kostenlos downloaden.

[shrtnr.link/funnel/](https://shrtnr.link/funnel/)



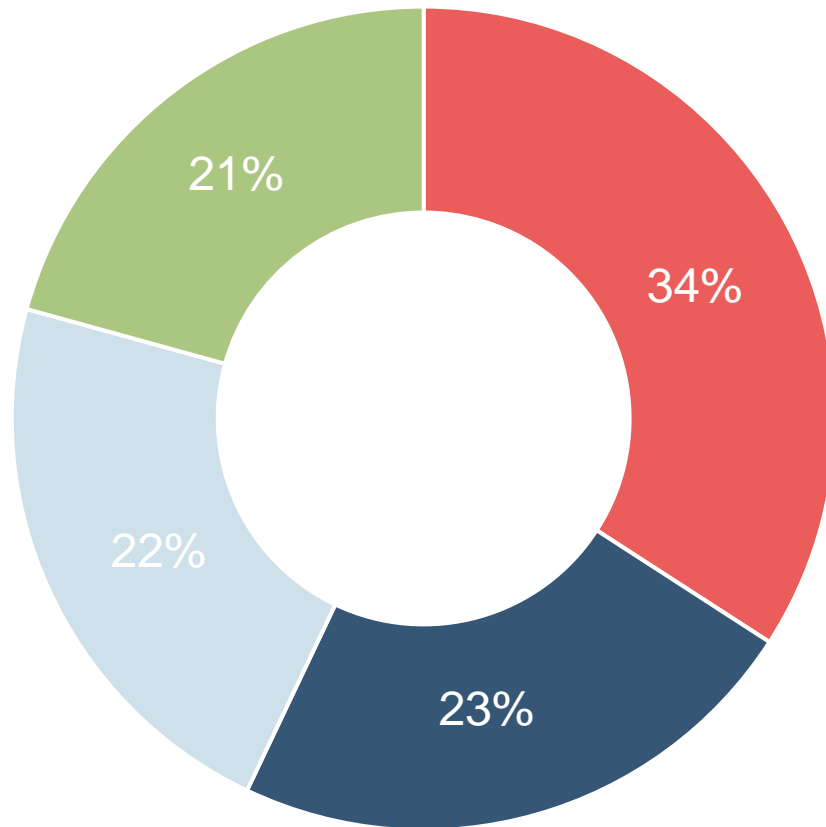
# Anpassung Bewerbungsprozess

„Wann haben Sie Ihren Bewerbungsprozess das letzte Mal verändert?“



# Anpassung Bewerbungsprozess

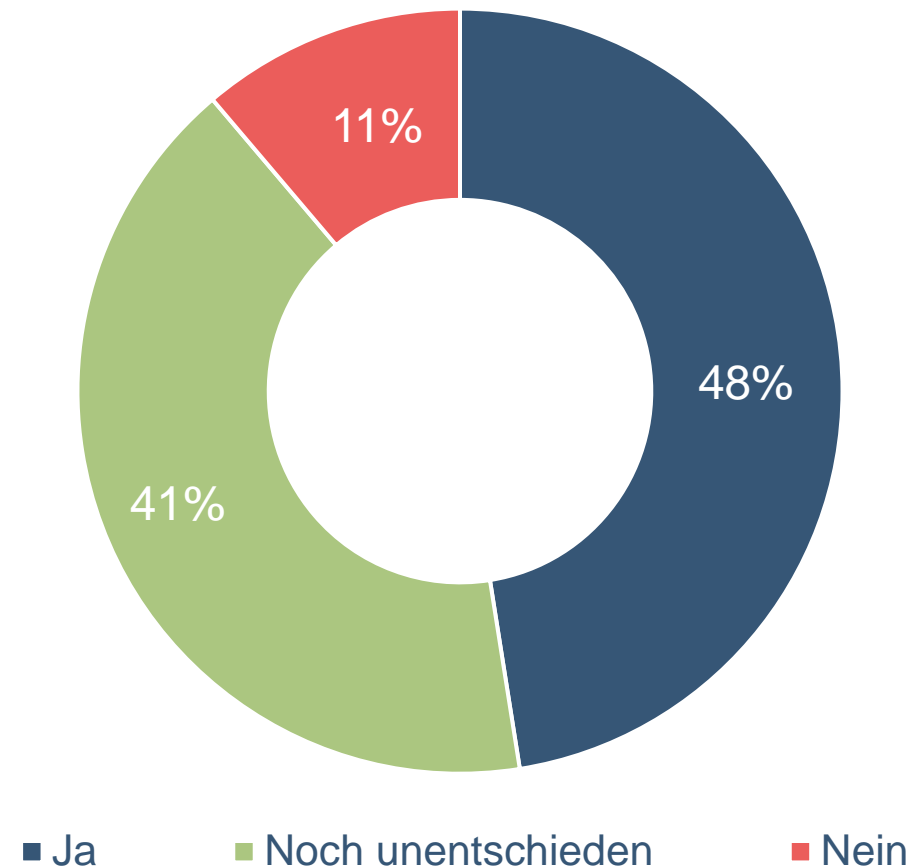
„Warum haben Sie Ihren Bewerbungsprozess verändert?“



- Auf Grund des zunehmenden Bewerbermangels
- Auf Grund von Corona
- Auf Grund technischer Neuerungen (z.B. Einführung eines Bewerbermanagement-Systems)
- Ein anderer Grund

# Anpassung Bewerbungsprozess

„Planen Sie Ihren Bewerbungsprozess zukünftig aufgrund des zunehmenden Bewerbermangels anzupassen?“





# Ausbildungsberufe als überwiegend überholungsbedürftiges Modell

Nur **12 %**

**der Jugendlichen halten die aktuellen  
Ausbildungsberufe für zukunftsorientiert.  
48 % halten sie für überholungsbedürftig.**

# Ausbildungsberufe

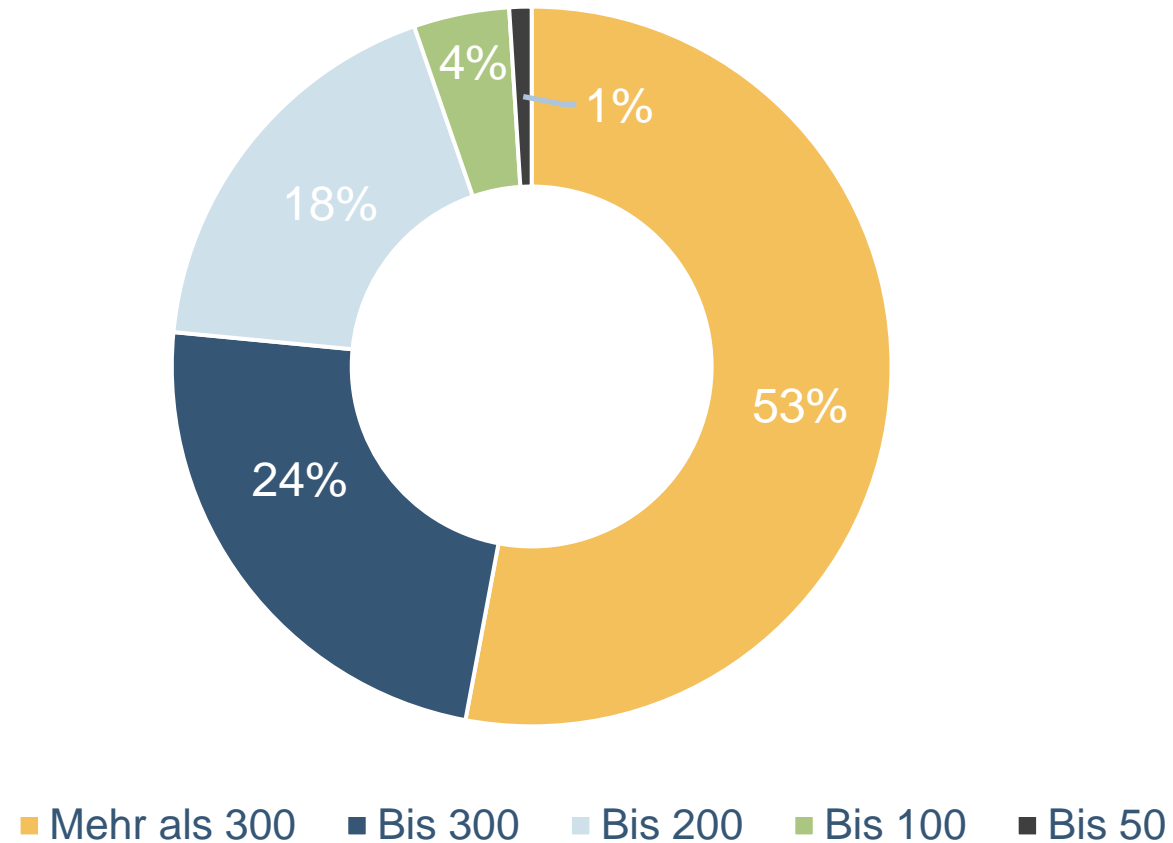
*„Ausbildungsberufe und die Ausbildung selbst sollte sich mehr an der Zukunft als an der Vergangenheit orientieren. Es wird immer weniger ausreichen, auf die Renovierung „alter“ Berufsbilder oder die Implementierung neuer Berufsbilder zu warten. Die Frage lautet: Wie zukunftsorientiert bilden wir unseren Nachwuchs aus und wie bereiten wir unsere Jungerwachsenen auf die kontinuierlichen Veränderungen vor bzw. nehmen diese mit.“*





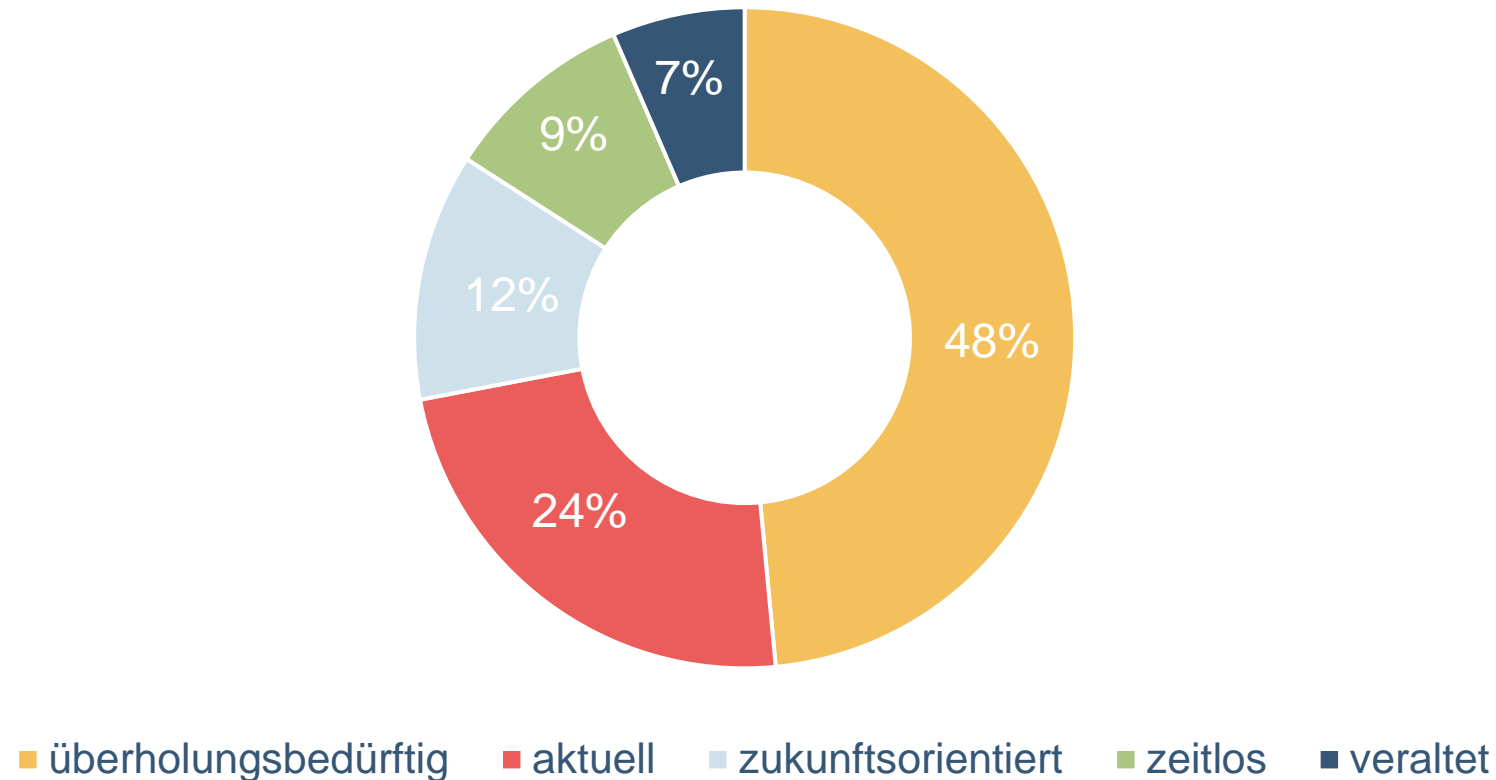
# Anerkannte Ausbildungsberufe

„Was schätzt du, wie viele anerkannte Ausbildungsberufe es in Deutschland gibt?“



# Einschätzung Ausbildungsberufe

„Wie schätzt du mit Blick auf die Veränderungen in unserer Gesellschaft und der Arbeitswelt Folgendes ein? Die heutigen Ausbildungsberufe sind überwiegend...“



# Berufe – Realität, Zukunft oder Fiktion?

- **3-D-Druckexperte** (w/m/d) (von der Grundidee bis zu den Computermodellen wählt er/sie die für das Verfahren geeignete Maschine und die benötigten Materialien aus, sodass Produkte mittels 3-D- Druck produziert werden)
- **Abfalldesigner** (w/m/d) (stellt aus Abfällen nützliche Produkte her)
- **Innenausstatter für virtuelle Räume** (m/w/d)
- **Cyber Security Experte** (w/m/d) (schützt die Daten eines Unternehmens und begleitet Maßnahmen, die der Absicherung von Software-Prozessen dienen)
- **Drohnenmechatroniker** (w/m/d) (wartet und programmiert unternehmensindividuell Drohnen)
- **E-Commerce Kaufmann** (w/m/d) (erledigt verschiedene Aufgaben im Internethandel, von Einkauf, über Werbung, Logistik, Buchhaltung bis hin zur IT)
- **Urban-Bauer** (w/m/d) (Obst- und Gemüseanbau in Großstädten z.B. auf Hochhäusern)

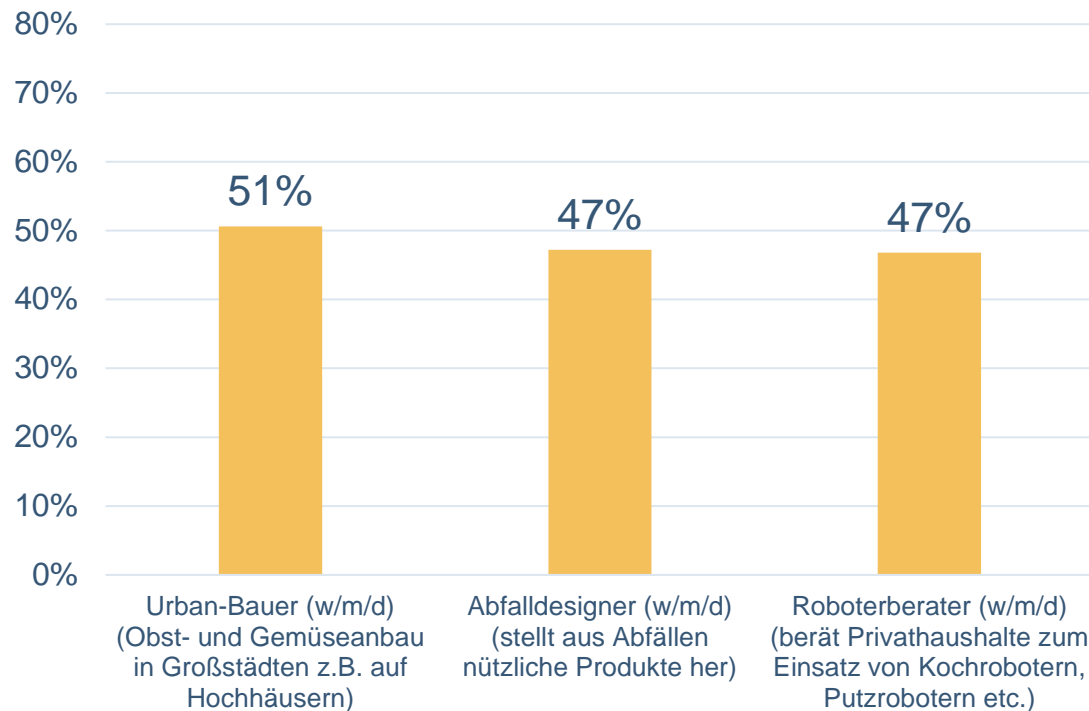
# Berufe – Realität, Zukunft oder Fiktion?

- **E-Sportler** (w/m/d) (spielen Videospiele auf professionellem Niveau)
- **Industrietechnologen** (w/m/d) (projektieren, entwickeln und konstruieren Anlagen und Systeme für Fertigungsstraßen oder gestalten und betreuen kabel-, funk- oder internetbasierte Rechner- und Kommunikationsnetze)
- **Personal Brand Manager** (w/m/d) (Unterstützt Menschen bei der „Selbstvermarktung“ oder unterstützt bei Aufbau der Marke: „ich“)
- **Persönlicher Gesundheitsassistent** (w/m/d) (Beraten und unterstützen Privatpersonen zu und bei einem gesunden Lebenswandel)
- **Private Data Cleaner** (w/m/d) (berät und unterstützt Privatpersonen rund um den Schutz seiner/ihrer persönlichen Daten im Internet)
- **Roboterberater** (w/m/d) (berät Privathaushalte zum Einsatz von Kochrobotern, Putzrobotern etc.)

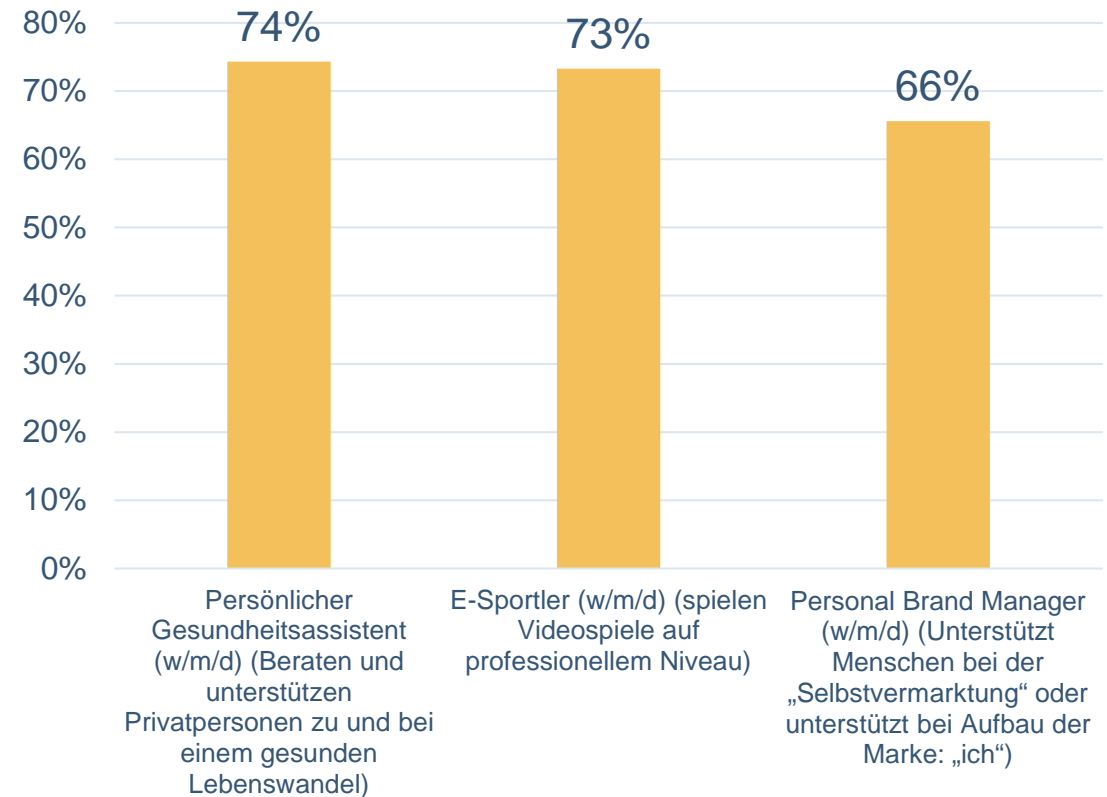
# Fiktion oder Aktualität

„Was glaubst du, welche der folgenden Berufe gibt es heute schon?“

Gibt es noch nicht, soll es aber künftig geben



Gibt es heute schon



**Erst eine Ausbildung, dann  
ein Studium. Die Top-  
Empfehlung der jungen  
Generation an Freunde oder  
Freundinnen!**



# 47 %

**der Jugendlichen würden Freunden  
empfehlen, nach der Schule eine  
Ausbildung zu beginnen.**



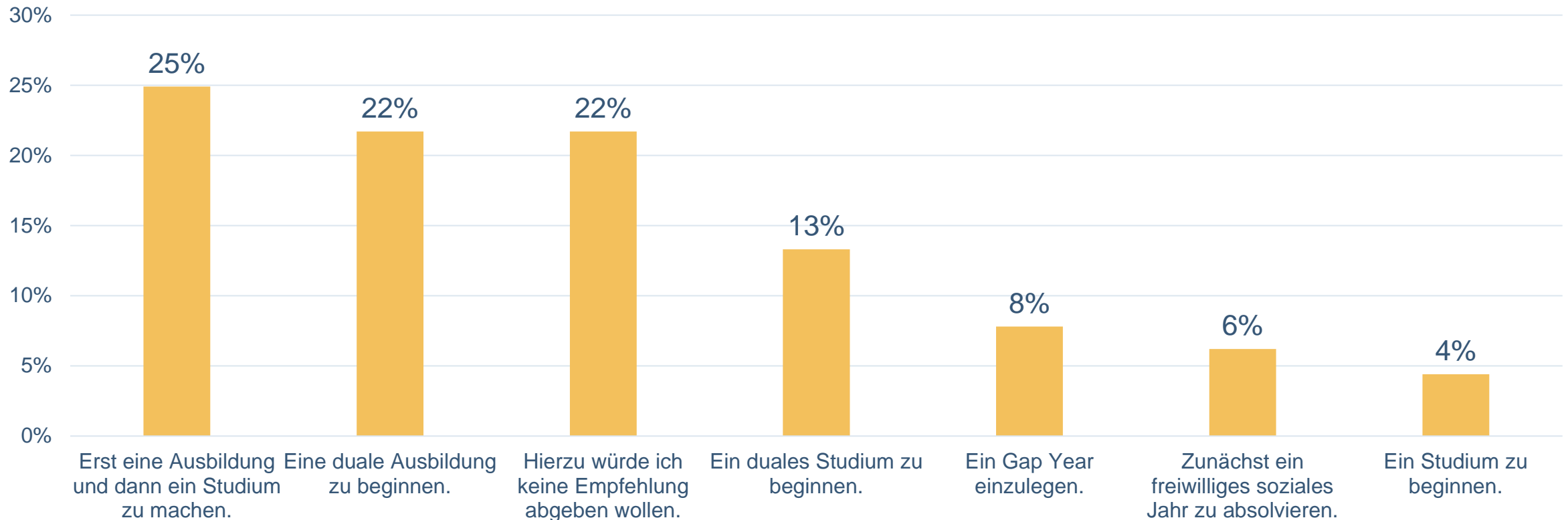
# Abschluss mit Anschluss

*„Junge Menschen, die selbst eine Ausbildung absolvieren, empfehlen anderen jungen Menschen nach der Schule eine solche zu beginnen. Was für ein hoffnungsvolles Ergebnis! Jetzt sind die Unternehmen gefragt, genau diese Jugendlichen auch von Ausbildung zu begeistern.“*



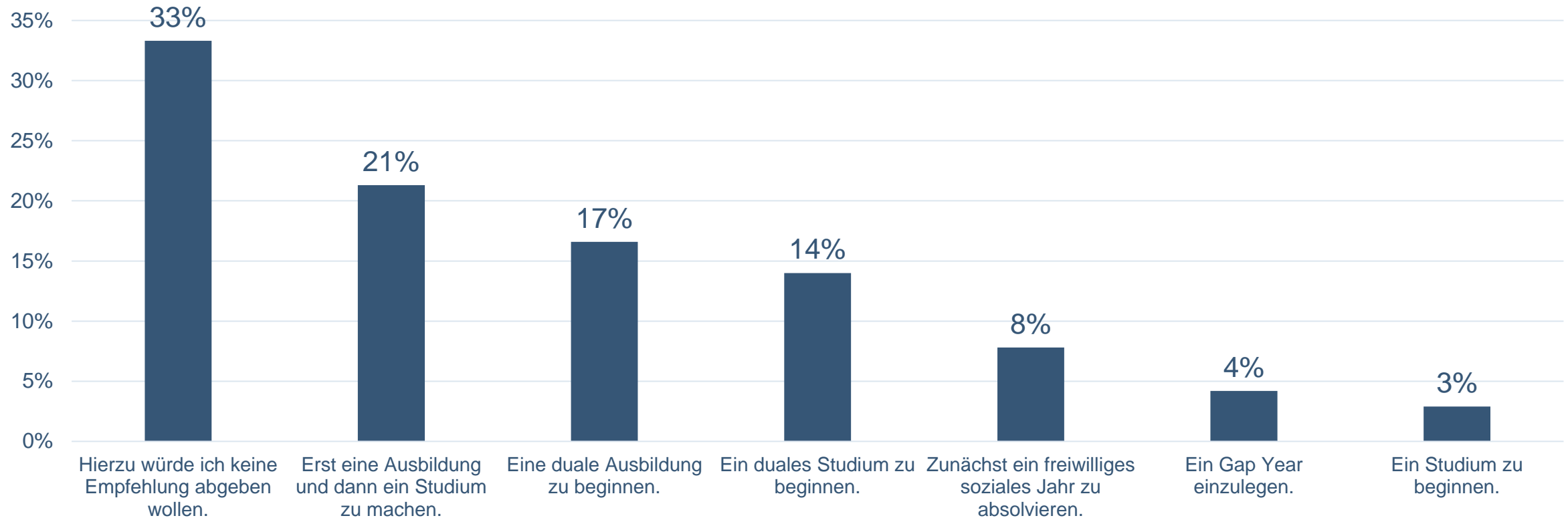
# Schulabschluss, was dann?

„Was würdest Du deiner besten Freundin, deinem besten Freund nach der Schulausbildung Stand heute empfehlen?“



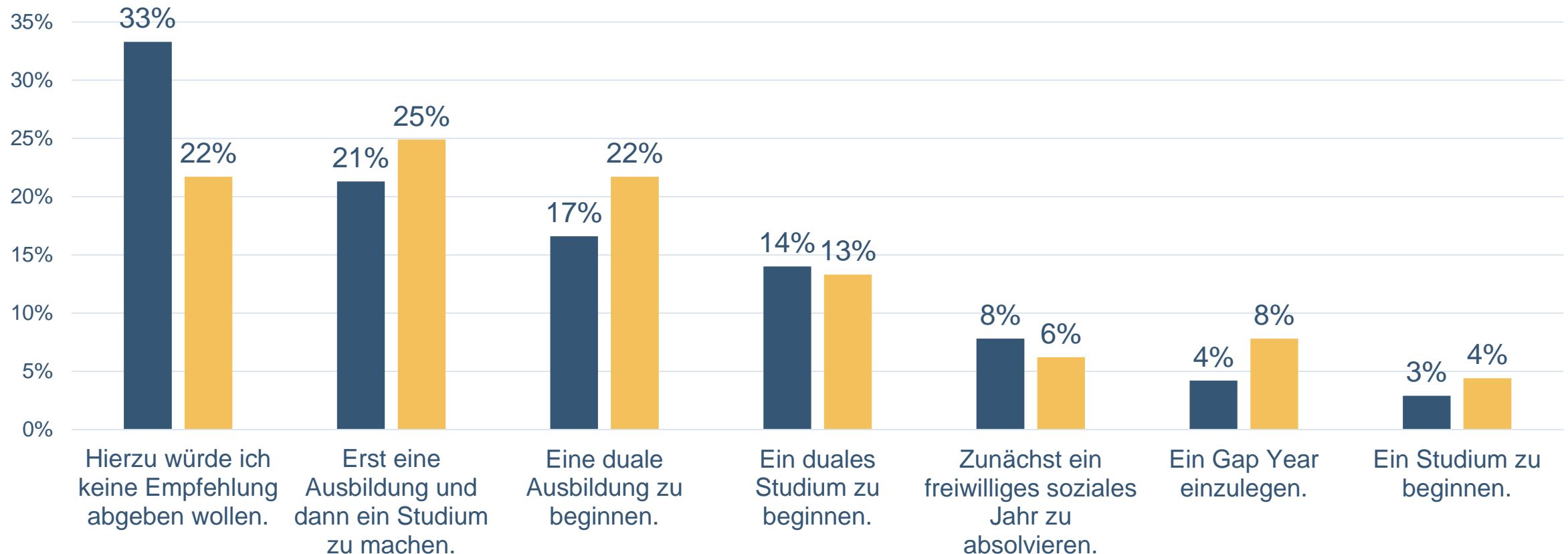
# Schulabschluss, was dann?

„Was empfehlen bzw. würden Sie persönlich Ihren eigenen Kindern nach der Schulausbildung empfehlen?“



# Schulabschluss, was dann?

„Was empfehlen bzw. würden Sie persönlich Ihren eigenen Kindern nach der Schulausbildung empfehlen?“





**Der Stellenwert der  
Ausbildung in  
Unternehmen ist hoch.  
Budget und verfügbare  
Zeit für Azubi-Recruiting  
sind eher niedrig!**

In **71 %**

**der Unternehmen hat die  
Ausbildung einen hohen  
Stellenwert.**

# Azubi-Recruiting

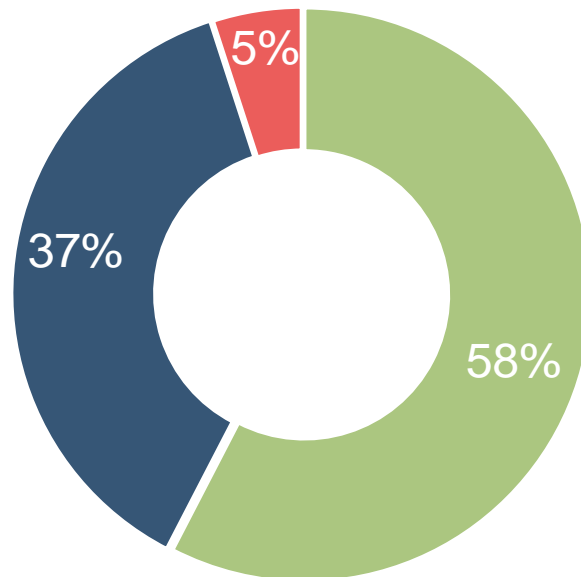
*„Wenn Märkte enger werden und damit der Wettbewerb und die Preise steigen sowie die Anzahl von Medienkanälen im Jahrestakt zunehmen, dann kann der Ressourceneinsatz nicht gleich bleiben, wenn die Ziele dennoch erreicht werden sollen. Investitionen in das Ausbildungsmarketing und die Rekrutierung von Auszubildenden sind wirkliche Zukunftsinvestitionen – und fragen Sie sich einmal, was Ihr Unternehmen Vakanzten tatsächlich kosten, d.h. wenn eine Stelle einer Fachkraft durchschnittlich X Tage unbesetzt bleibt.“*





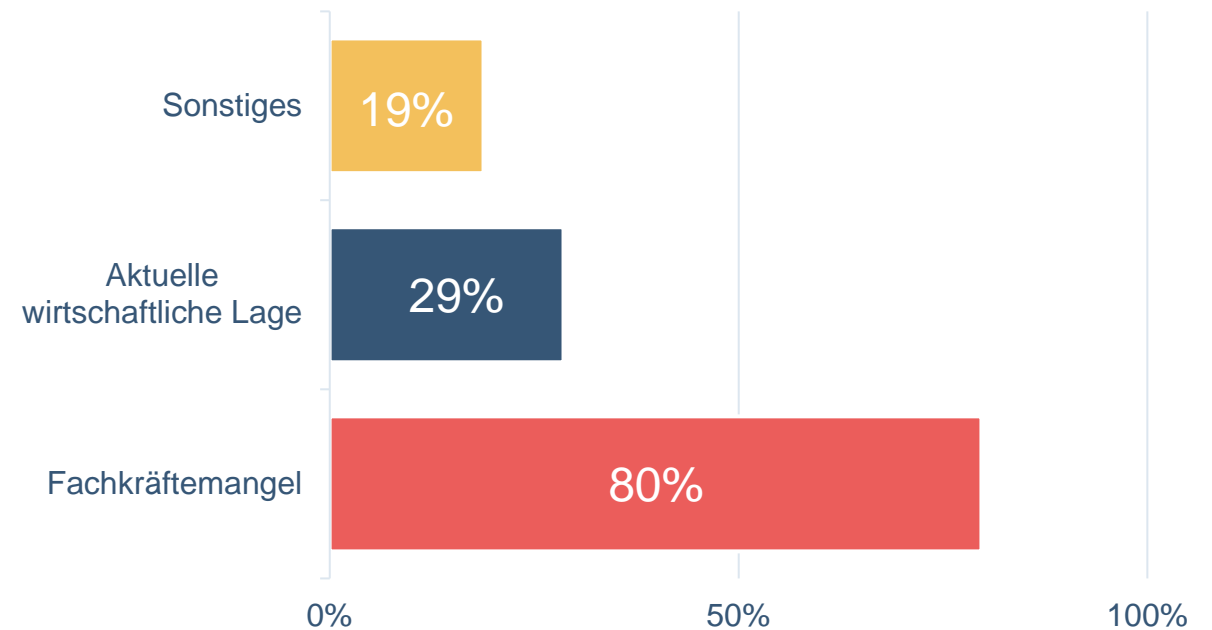
# Einstellungsverhalten

„Was trifft auf das Einstellungsverhalten Ihres Unternehmens im Hinblick auf Azubis zu?“



- Wir planen, gleich viele Azubis einzustellen.
- Wir planen, mehr Azubis einzustellen.
- Wir planen, weniger Azubis einzustellen.

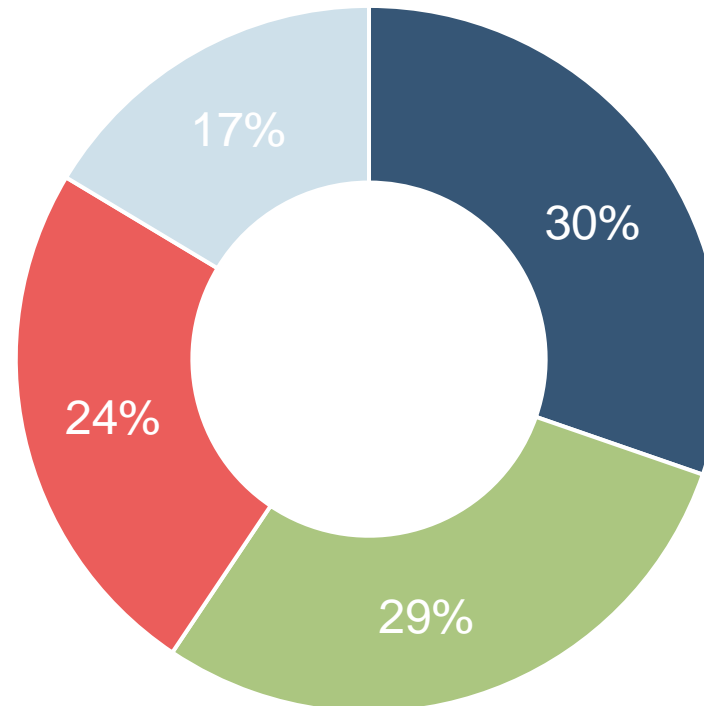
„Welchen konkreten Hintergrund hat Ihr angegebenes Einstellungsverhalten?“ (mehrere Antworten waren möglich)



- Fachkräftemangel
- Aktuelle wirtschaftliche Lage
- Sonstiges

# Ausbildungsmarketing & Azubi-Recruiting

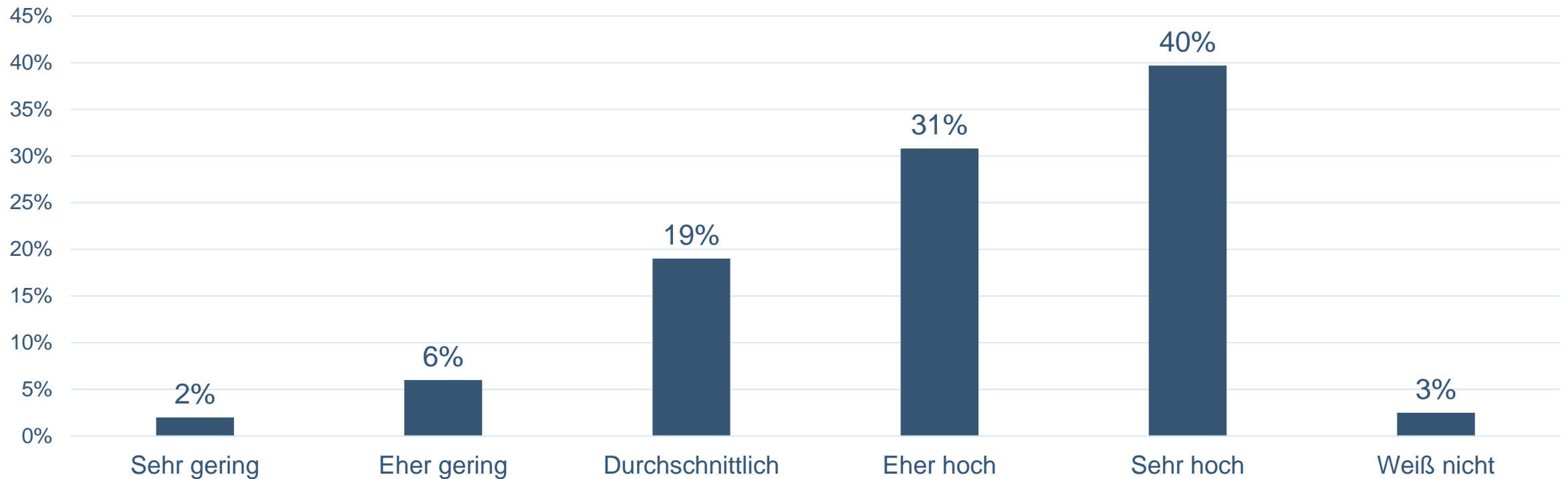
„Gibt es in Ihrem Unternehmen ein eigenes Budget für die Handlungsfelder Ausbildungsmarketing und Azubi-Recruiting?“



Ja
  Ist im Ausbildungsbudget enthalten.
  Nein
  Wir budgetieren nicht.

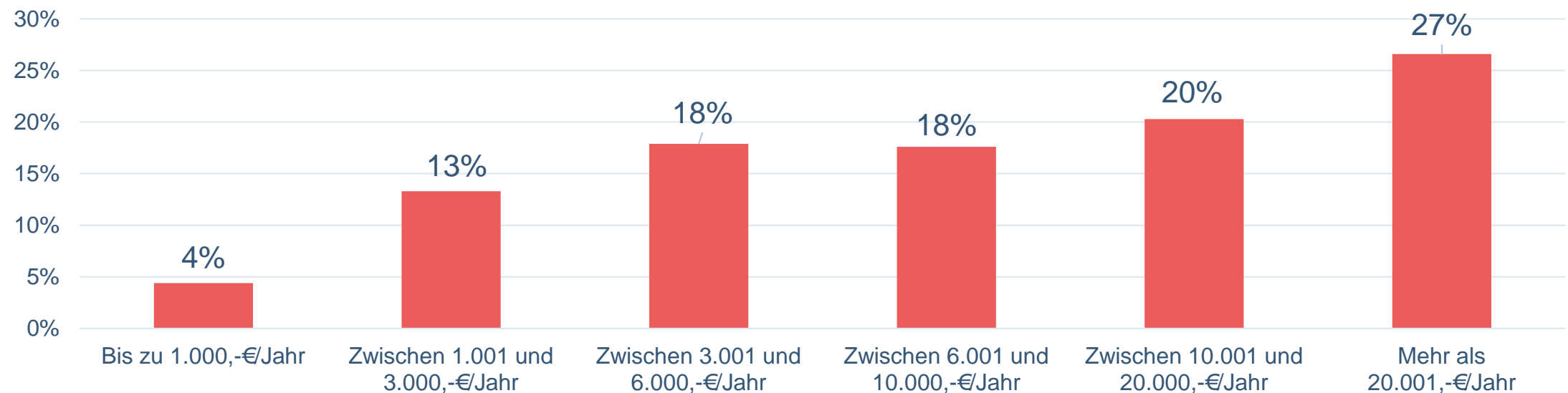
# Stellenwert der Ausbildung

„Wie schätzen Sie den Stellenwert der dualen Ausbildung bei der Geschäftsführung bzw. dem Vorstand ein?“



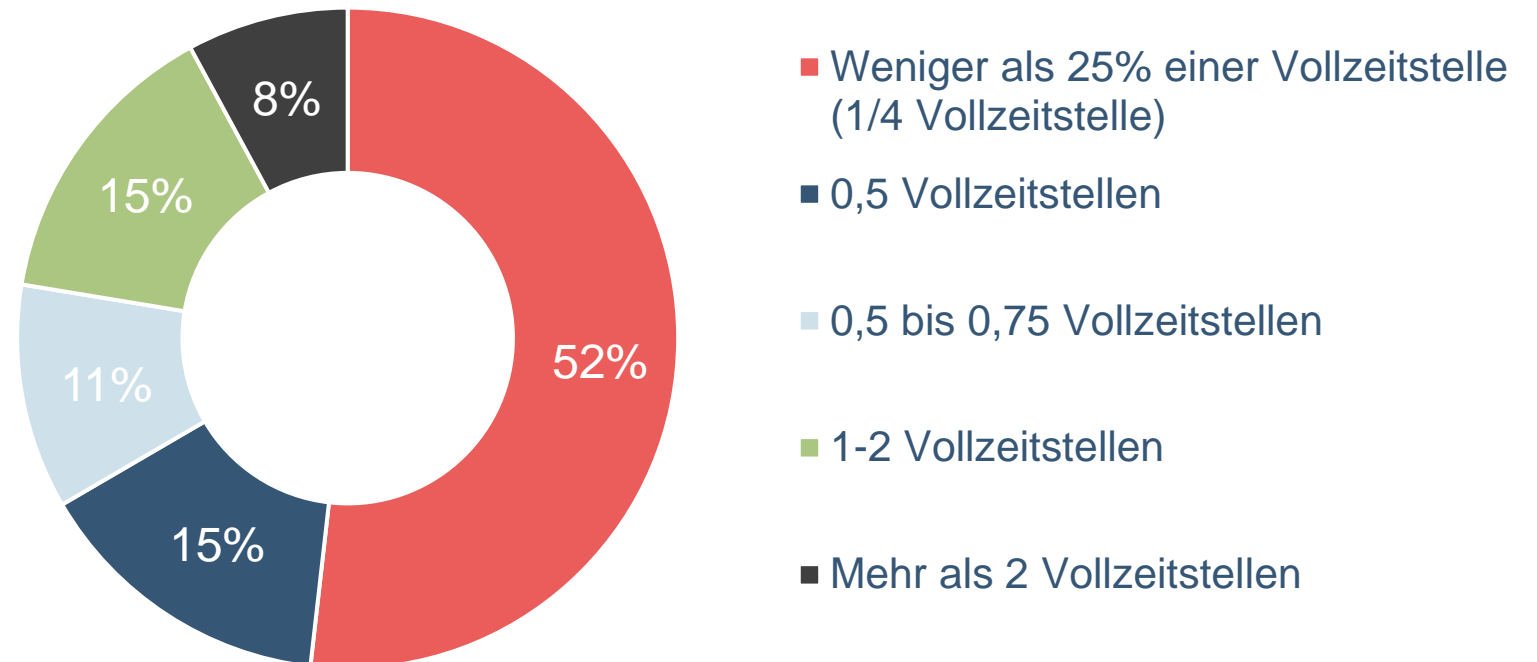
# Ausbildungsmarketing & Azubi-Recruiting

„Wie hoch ist bzw. schätzen Sie das Budget für Ausbildungsmarketing und Azubi-Recruiting (ohne Personalkosten) in Ihrem Unternehmen?“



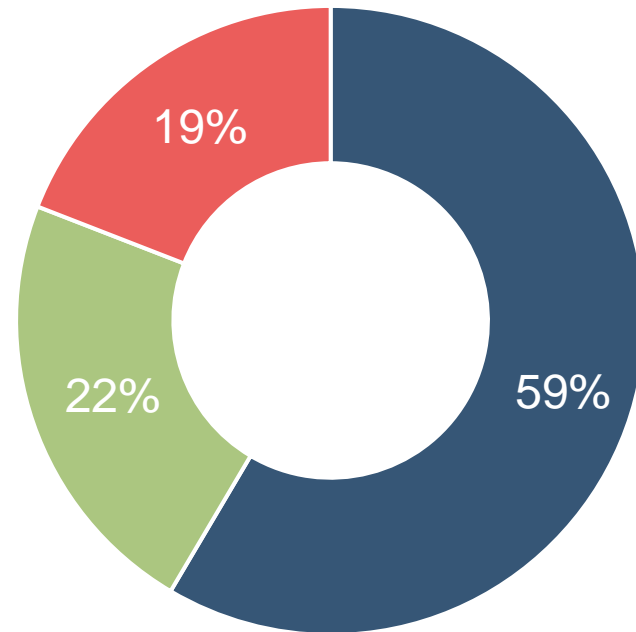
# Ausbildungsmarketing & Azubi-Recruiting

„In welchem Umfang beschäftigen sich Mitarbeitende in Ihrem Unternehmen mit Ausbildungsmarketing und Azubi-Recruiting?“



# Ausbildungsmarketing & Azubi-Recruiting

*„Schon länger herrscht im Ausbildungsmarketing ein Anbieterwettbewerb.  
Ausbildungsbetriebe konkurrieren um die weniger werdenden Ausbildungssuchenden.  
Hat Ihr Betrieb vor diesem Hintergrund in die Qualität der Ausbildung investiert?“*



■ Ja ■ Nein, bislang nicht, ist aber geplant ■ Nein



**Azubi-Recruiting – denn  
sie wissen nicht, was sie  
tun!**

Nur **33 %**

**der Unternehmen nutzen Recruiting  
KPIs, um ihr Azubi-Recruiting zu  
optimieren. 67 % agieren aus dem  
Bauch heraus.**



# Recruiting KPIs

*„Nur wer Kennzahlen erhebt und auswertet, kann seine eigenen Aktivitäten hinsichtlich Effizienz und Effektivität überprüfen, Budgets richtig einsetzen und vieles mehr! Wer Kennzahlen nicht erhebt, weiß nicht wirklich was seine Handlungsfelder sind.“*



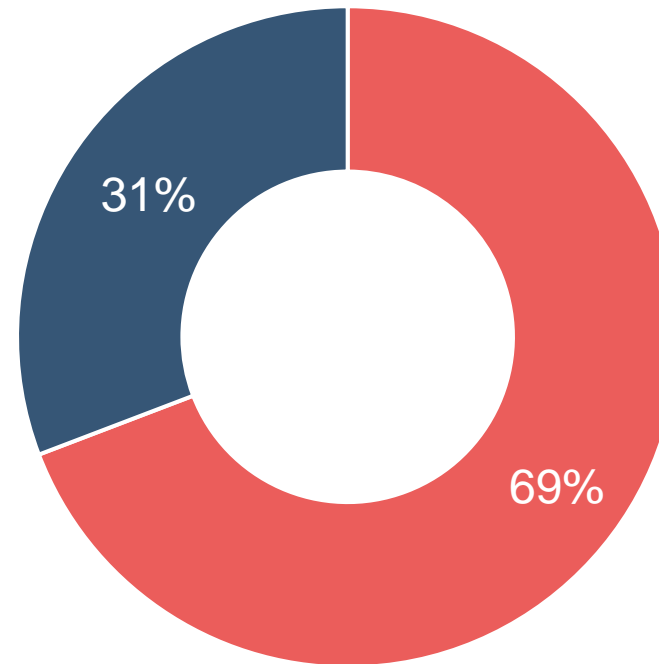
# Recruiting-Kanäle

„Über welchen der folgenden Kanäle rekrutieren Sie die meisten Azubis?“

Karriereseite	18%
Ausbildungsbörsen	16%
Weiß ich nicht	13%
Agentur für Arbeit	12%
Praktika	11%
Empfehlungsmarketing	9%
Kooperationen mit Schulen	6%
Jobmessen	5%
Social Media	3%
Google	3%
Persönliche Ansprache	3%
Stellenanzeigen in Print Medien	3%

# Recruiting-Kanäle

„Hand auf´s Herz. Ist der erfolgreichste Recruiting-Kanal ein Erfahrungswert (also geschätzt) oder können Sie das mit konkreten Zahlen belegen?“

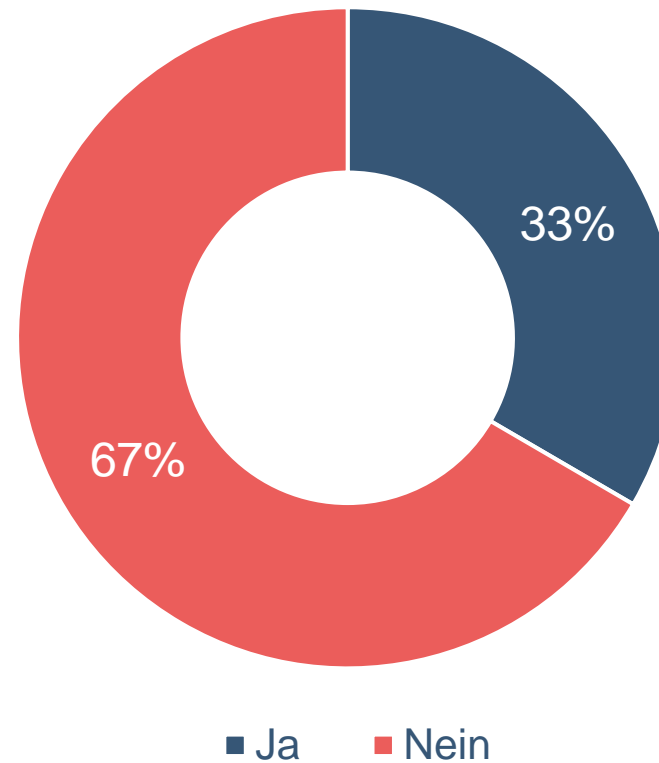


■ Erfahrungswert (geschätzt)

■ Mit konkreten Zahlen belegbar

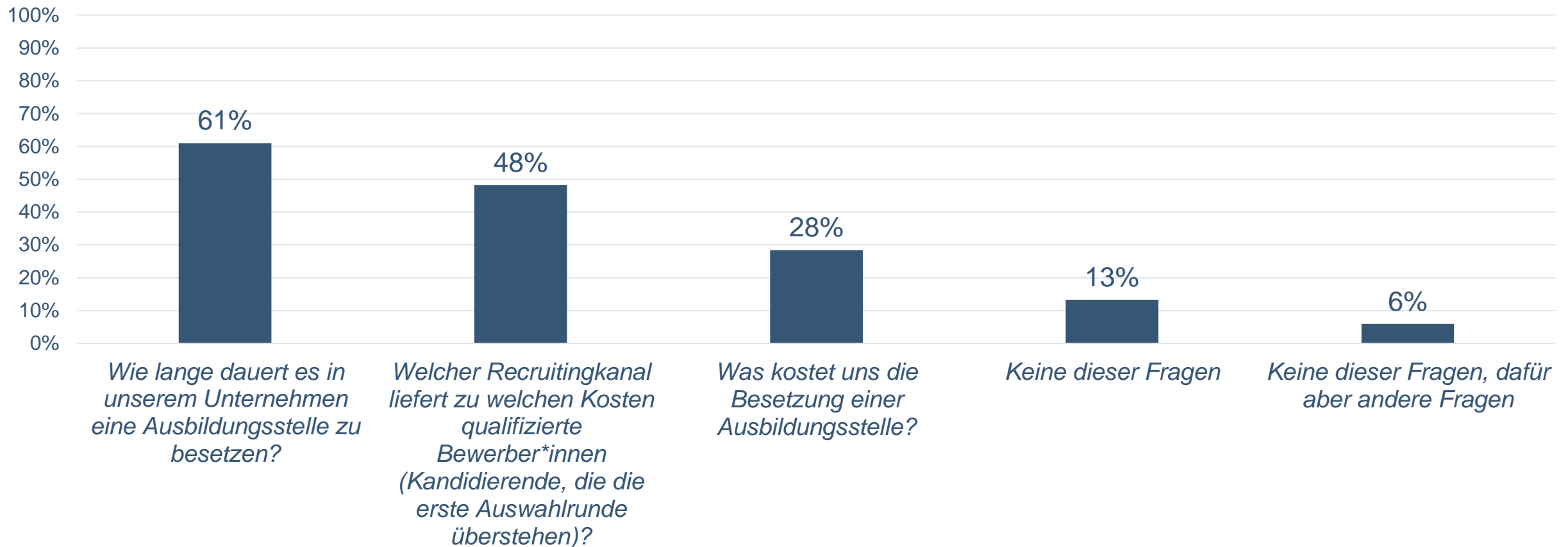
# Recruiting KPIs

„Nutzen Sie Kennzahlen, um Ihr Ausbildungs-Recruiting zu optimieren?“



# Recruiting KPIs

„Welche dieser Fragen können Sie per Kennzahlen für Ihr Ausbildungsunternehmen beantworten?“





**Die wollen nicht nur  
Spaß, die wollen auch  
arbeiten!**

# 83 %

**der Azubi-Bewerber würden trotz Lottogewinn und einem lebenslangen Einkommen weiter eine Ausbildung machen. Hauptmotivation ist die persönliche Weiterentwicklung.**

# Sinn & Sorge

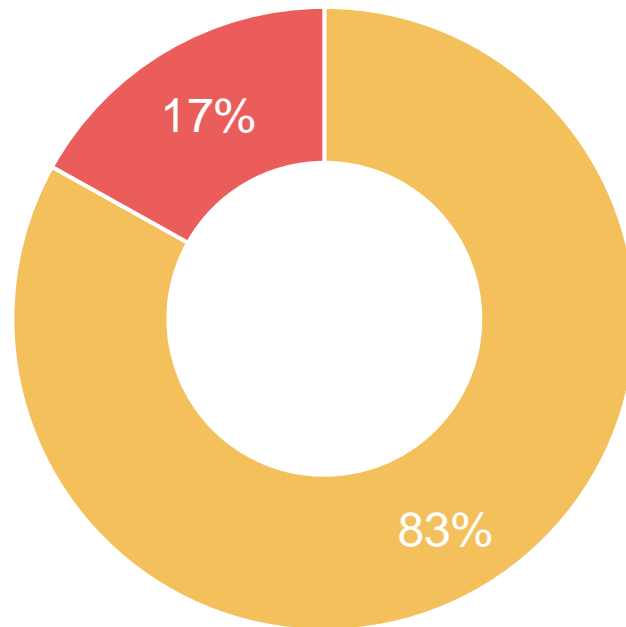
*„Wenn die überwältigende Mehrheit sich weiterentwickeln möchte und einen Beitrag zu einem sinnvollen Zweck des Ausbildungsbetriebes leisten will, trotz Lottogewinn, dann sollten diese Themen auch in den Ausbildungsmarketing-Aktivitäten besondere Berücksichtigung finden.“*





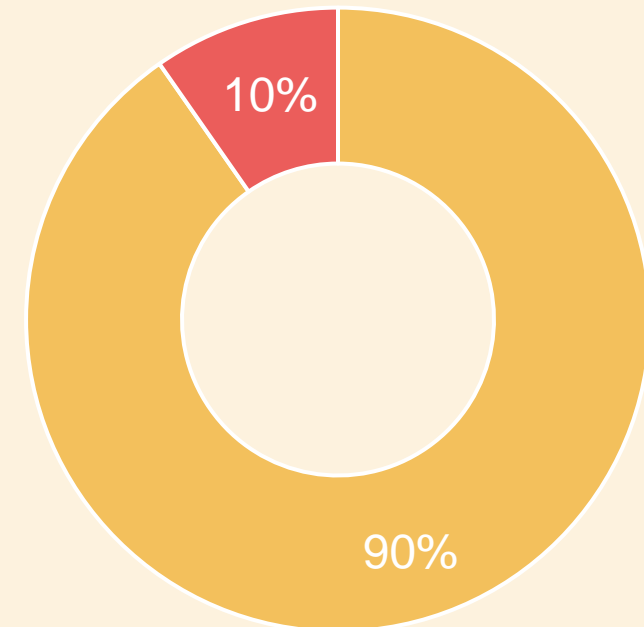
# 2015 / 2023 im Vergleich

„Stelle dir vor, ein Lottogewinn oder eine Erbschaft sichert dir lebenslang ein müheloses Einkommen. Hättest du dann bzw. würdest du trotzdem eine Ausbildung machen?“



■ Ja ■ Nein

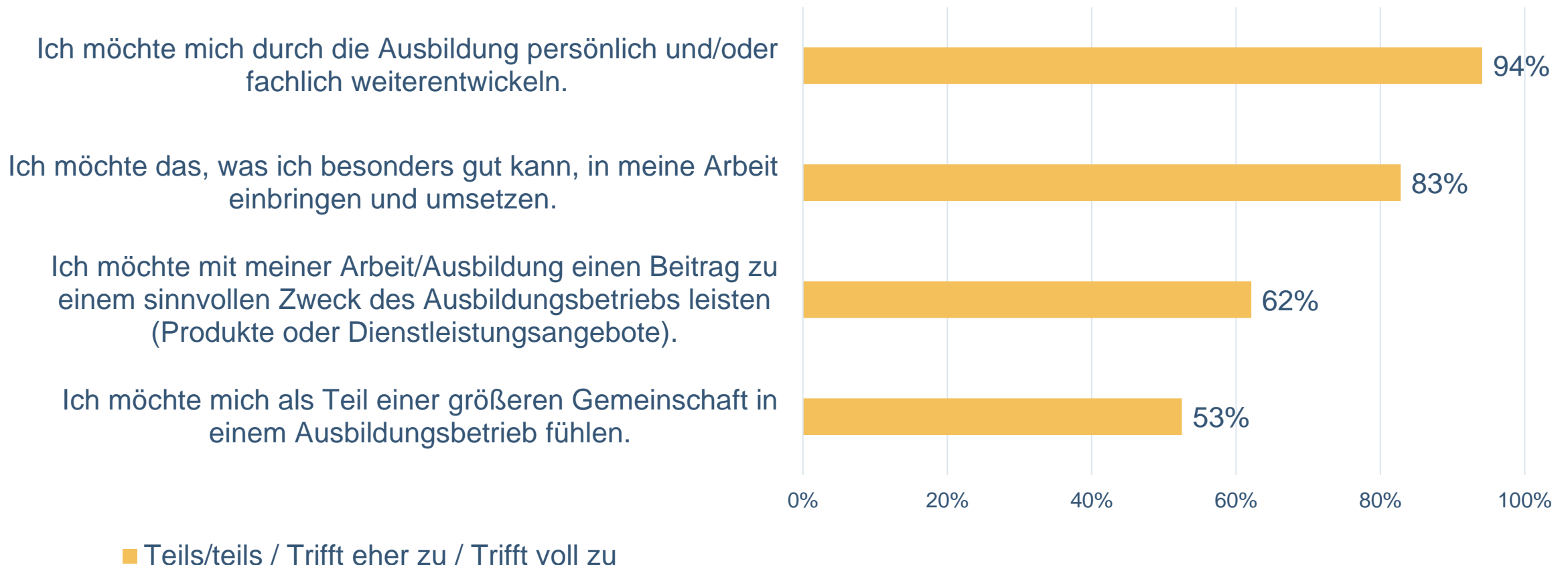
Vergleich zur Studie 2015



■ Ja ■ Nein

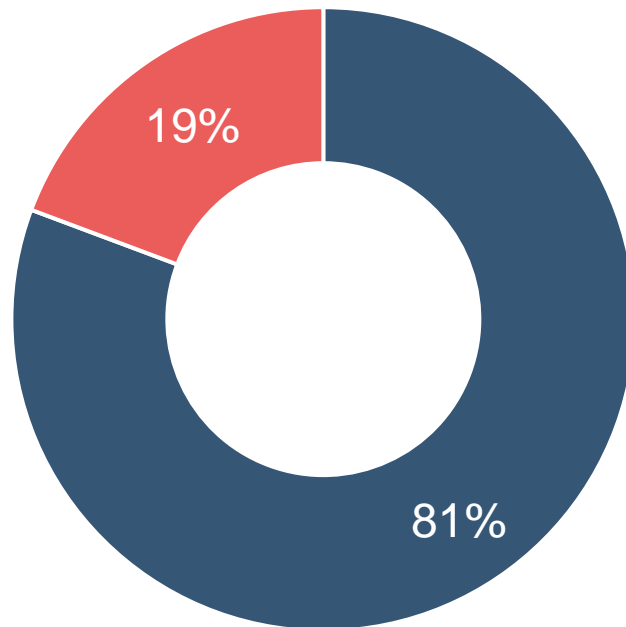
# Gründe für die Ausbildung

„Warum würdest du dich trotzdem für eine Ausbildung entscheiden?“



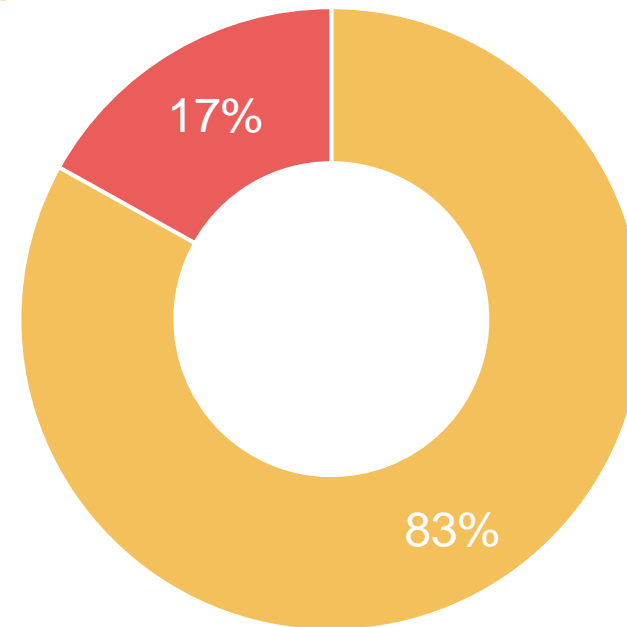
# Die Lottofragen

„Stellen Sie sich vor, ein Lottogewinn oder eine Erbschaft sichern Ihnen lebenslang ein müheloses Einkommen. Würden Sie dann trotzdem weiterarbeiten?“



■ Ja ■ Nein

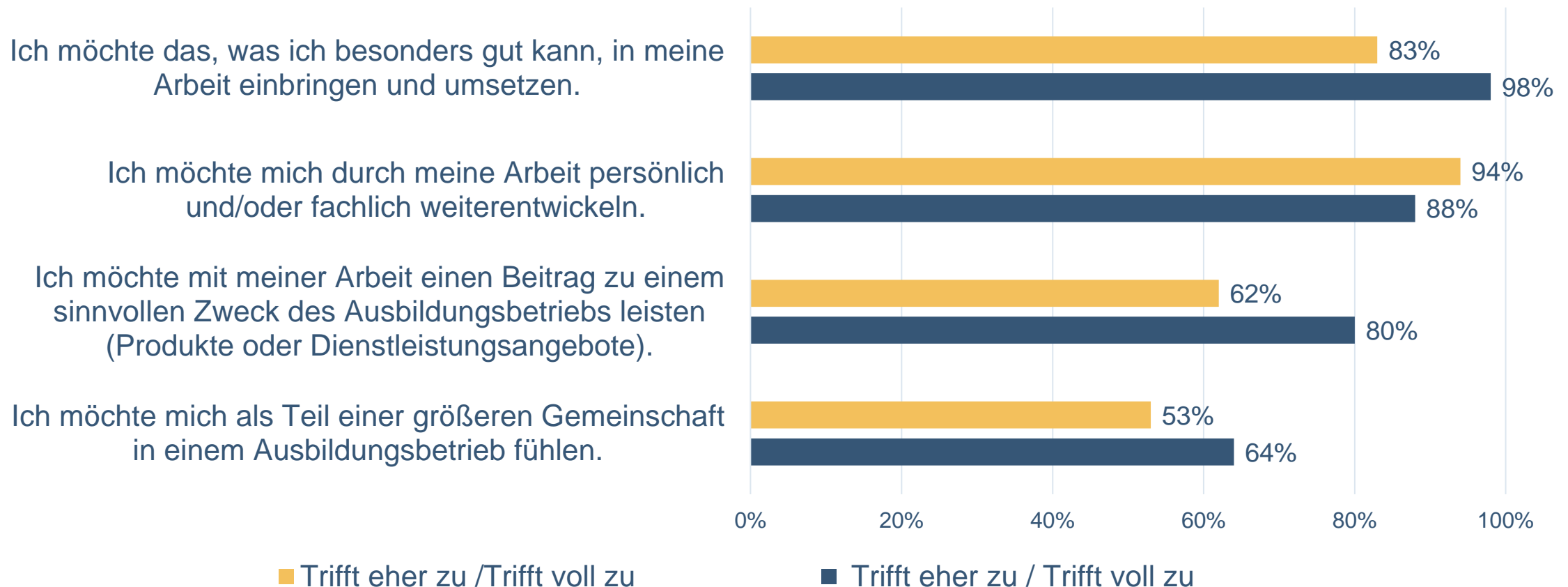
„Stelle dir vor, ein Lottogewinn oder eine Erbschaft sichert dir lebenslang ein müheloses Einkommen. Hättest du dann bzw. würdest du trotzdem eine Ausbildung machen?“



■ Ja ■ Nein

# Gründe im Vergleich

„Warum würden Sie/du trotzdem weiterarbeiten?“





**Es gibt gute Gründe, doch über  
Geld zu sprechen!**

# 56 %

**der jungen Generation haben Angst  
vor der Inflation und den steigenden  
Lebenshaltungskosten.**

# Ängste

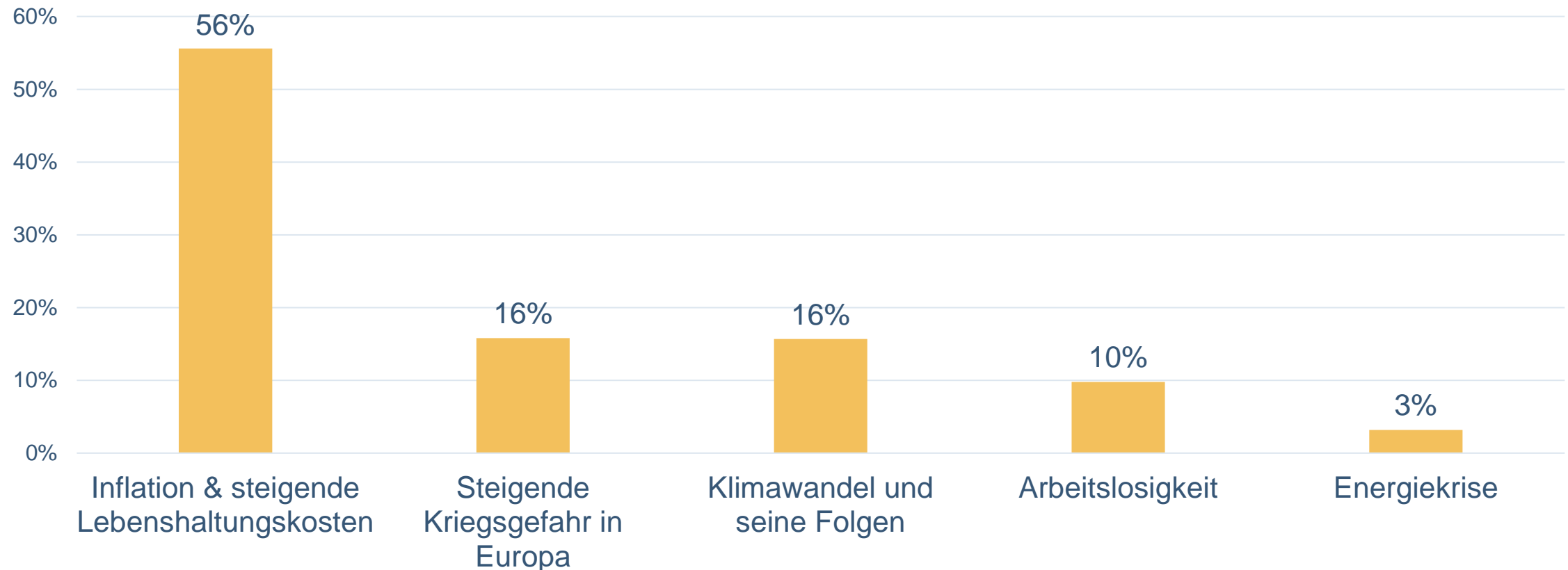
*“Wenn die Inflation und die steigenden Lebenshaltungskosten die mit Abstand größte Angst einer Generation sind, dann ist das ein weiterer guter Grund Ausbildungsvergütungen offen zu kommunizieren!”*



# Ängste der Generation Z

Welche dieser Themen machen Dir persönlich aktuell am meisten Angst?

„Bitte bring die Themen in eine Reihenfolge und nenne das Thema, was Dir am meisten Angst macht zuerst.“

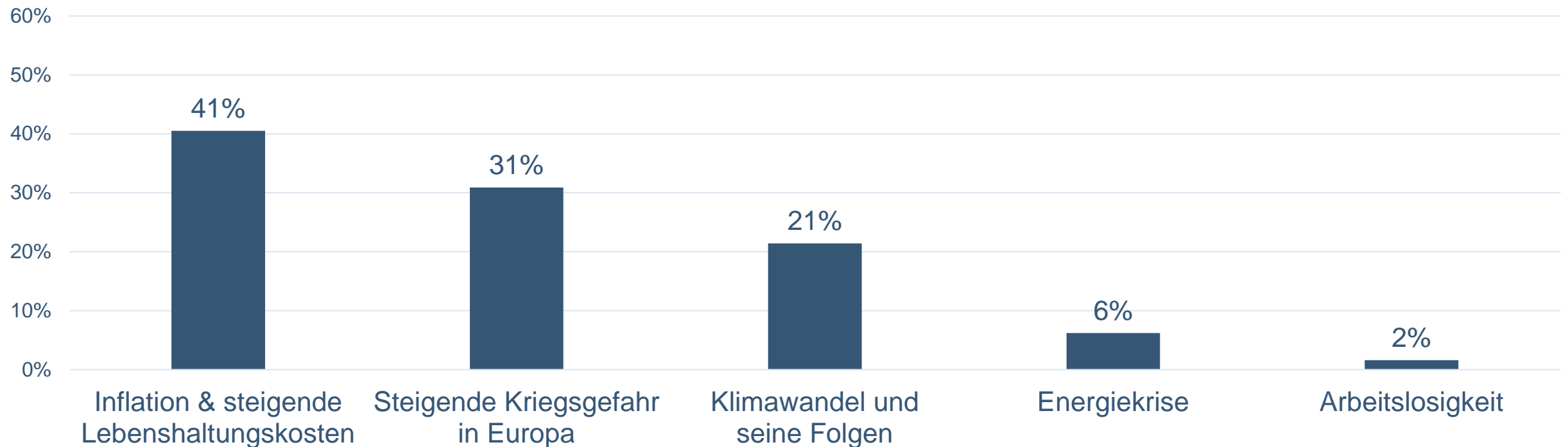




# Ängste der Auszubildenden

Welche dieser Themen machen Ihnen persönlich aktuell am meisten Angst?

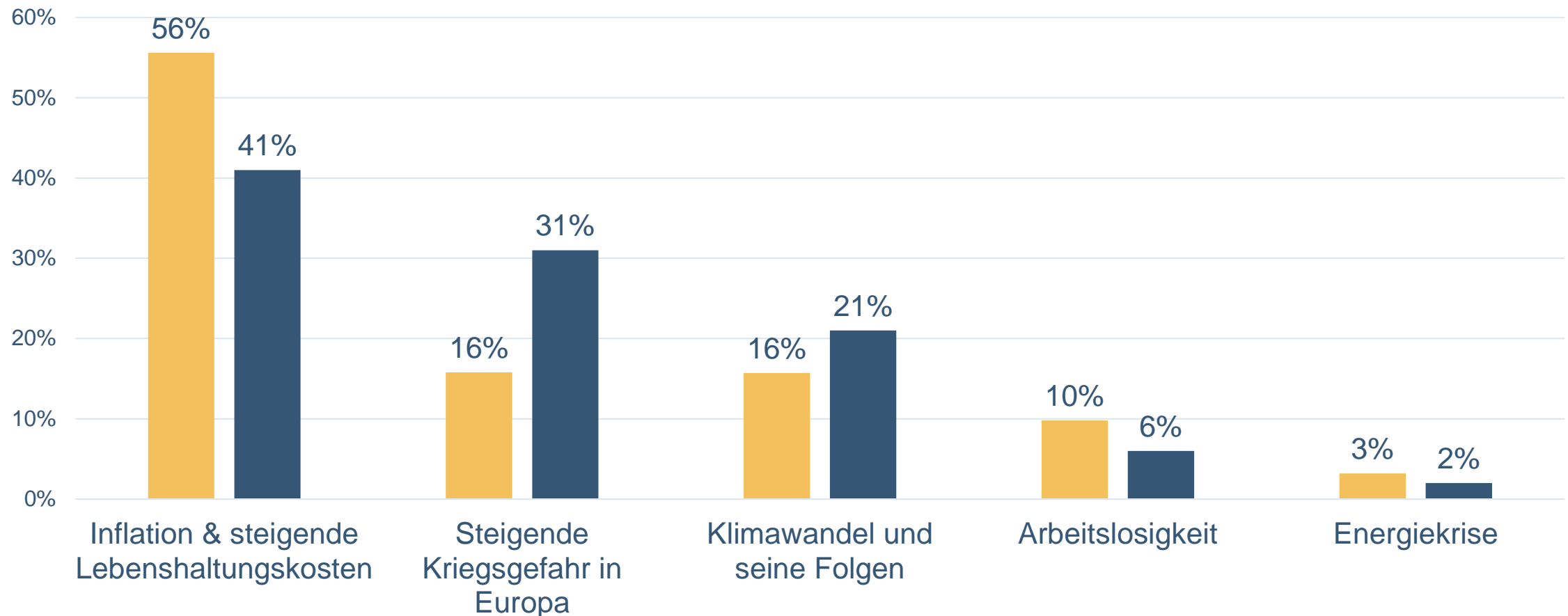
„Bitte bringen Sie die Themen in eine Reihenfolge und nennen Sie das Thema, was Ihnen am meisten Angst macht zuerst.“



# Ängste – im Vergleich

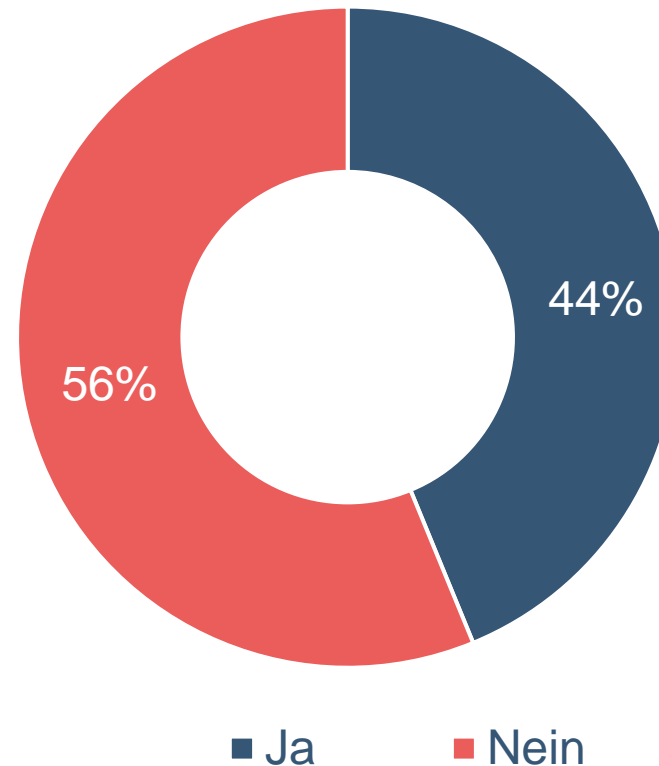
Welche dieser Themen machen dir / Ihnen persönlich aktuell am meisten Angst?

„Bitte bring die Themen in eine Reihenfolge und nenne das Thema, was Dir am meisten Angst macht zuerst.“



# Krisenkommunikation

*„Krieg und Klimawandel, Energieknappheit und Inflation: Momentan herrscht allgemein Krisenstimmung. Gehen Sie in der Azubikommunikation auf mögliche Zukunftsängste von Bewerber\*innen ein?“*



**Die sozialen Medien – Bei Unternehmen beliebter als bei der jungen Zielgruppe.**



Nur **11 %**

**der jungen Generation nutzt die sozialen Medien zur aktiven Suche nach Ausbildungsplätzen.**  
**79 % der Unternehmen nutzen soziale Medien für ihr Ausbildungsmarketing.**

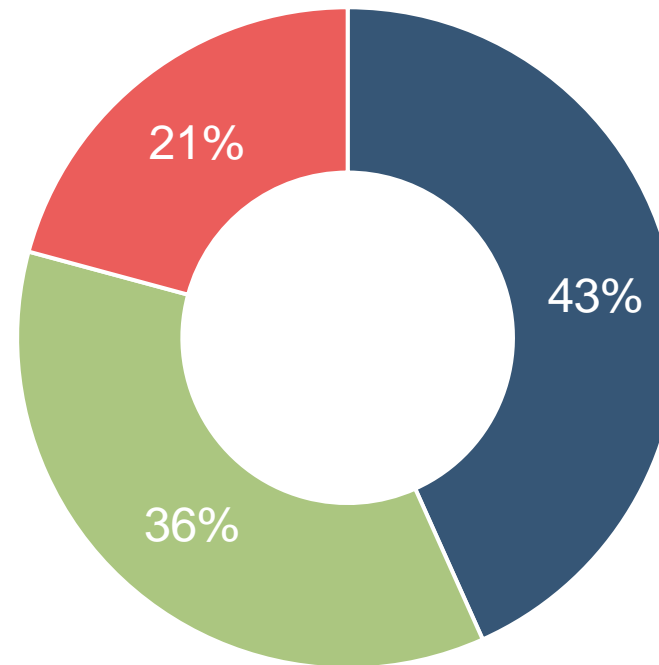
# Die „sozialen“ Medien

*„Seit Anbeginn der Studie begleitet uns ein Phänomen: Unternehmen überschätzen die Wichtigkeit der sozialen Medien im Ausbildungsmarketing. Einfach nur posten funktioniert nicht, in einem überwiegend passiv genutzten Medium. Es bedarf einer Strategie und Anzeigen mit hohem Aufmerksamkeitswert, um diese Kanäle erfolgreich zu bespielen.“*



# Social Media

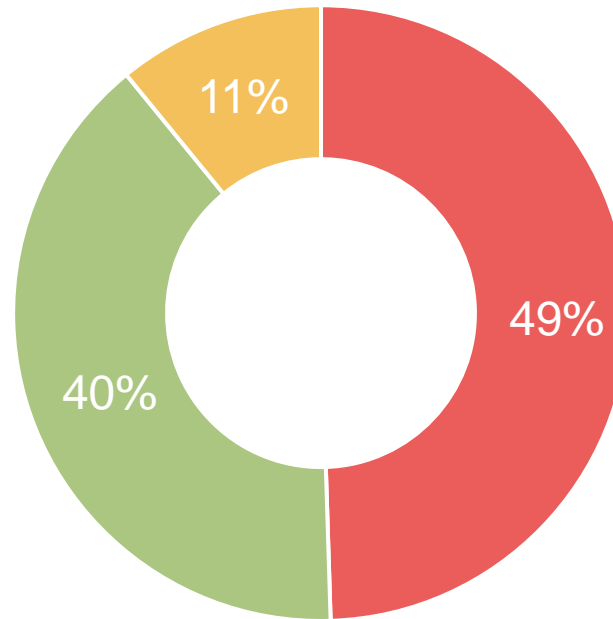
„Setzen Sie Social Media für Ihr Ausbildungsmarketing ein?“



- Ja, wir veröffentlichen Inhalte, setzen aber kein Budget ein, um Reichweite zu erzielen.
- Ja, wir veröffentlichen Inhalte und setzen ein Budget ein, um Reichweite zu erzielen.
- Nein

# Social Media

„Was trifft auf deine Social Media-Nutzung für die Ausbildungsplatzsuche zu?“

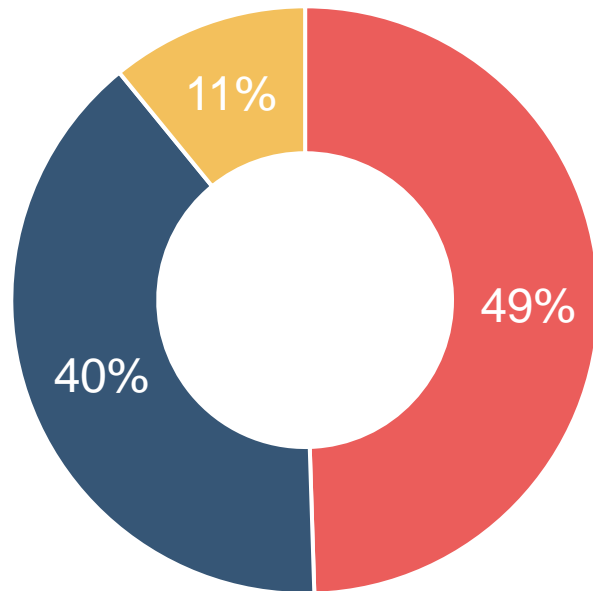


- Ich nutze Social Media nicht gezielt für die Suche nach einem Ausbildungsplatz.
- Wenn ich Ausbildungsplatzangebote auf Social Media präsentiert bekomme, schaue ich mir die an. Ich suche aber nicht aktiv.
- Ich suche gezielt nach Ausbildungsplätzen auf Social Media.



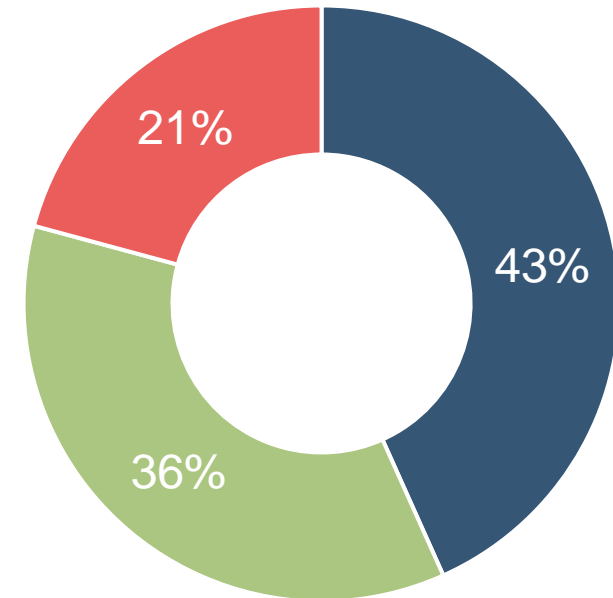
# Social Media - Vergleich

„Was trifft auf deine Social Media-Nutzung für die Ausbildungsplatzsuche zu?“



- Ich nutze Social Media nicht gezielt für die Suche nach einem Ausbildungsplatz.
- Wenn ich Ausbildungsplatzangebote auf Social Media präsentiert bekomme, schaue ich mir die an. Ich suche aber nicht aktiv.
- Ich suche gezielt nach Ausbildungsplätzen auf Social Media.

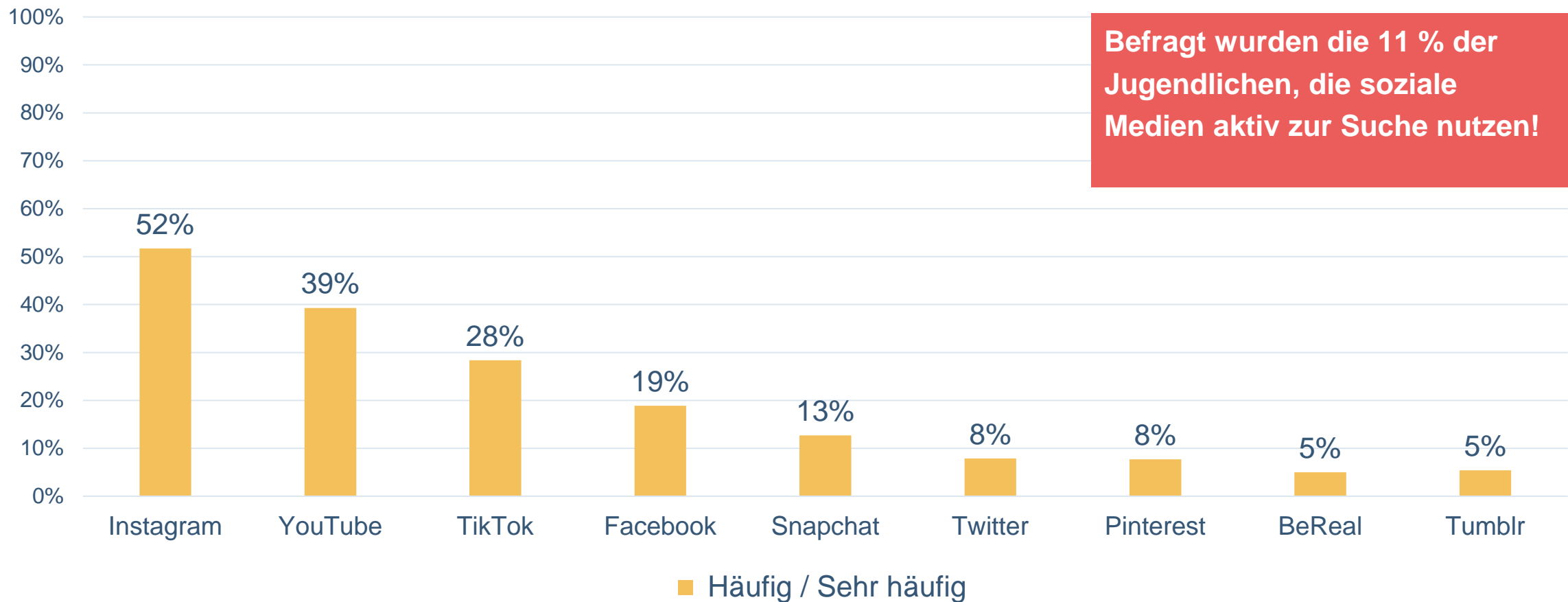
„Setzen Sie Social Media für Ihr Ausbildungsmarketing ein?“



- Ja, wir veröffentlichen Inhalte, setzen aber kein Budget ein, um Reichweite zu erzielen.
- Ja, wir veröffentlichen Inhalte und setzen ein Budget ein, um Reichweite zu erzielen.
- Nein

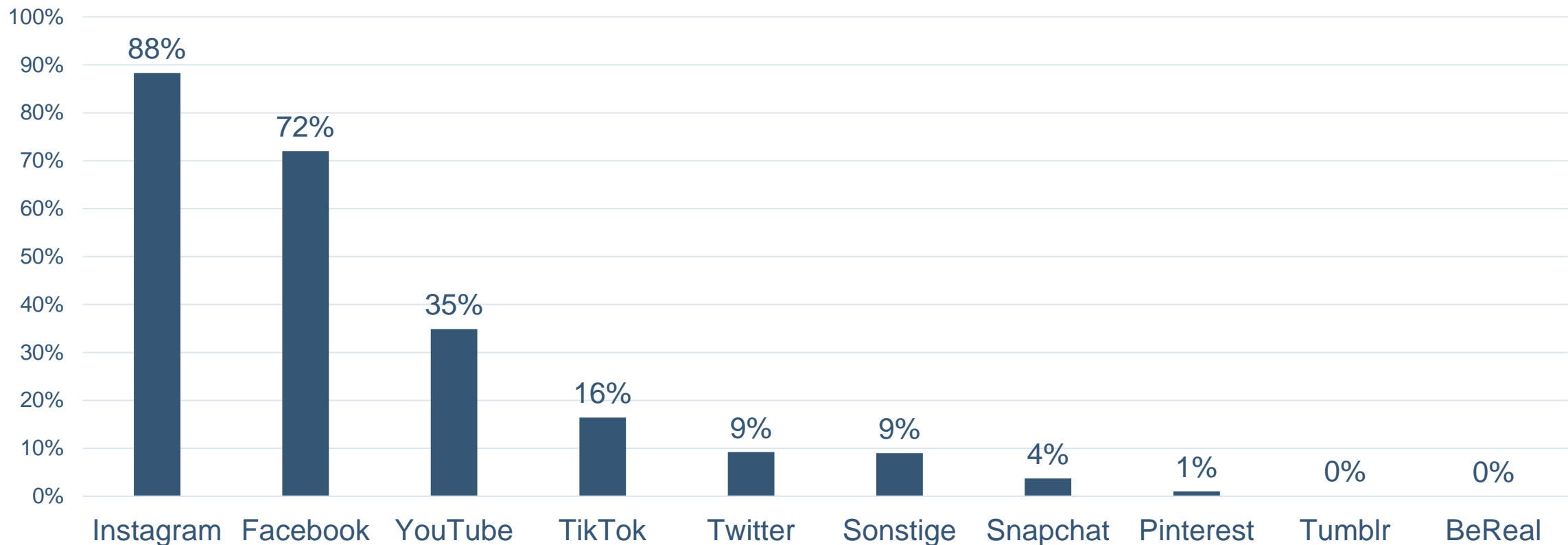
# Social Media

„Welche Social Media-Kanäle nutzt du wie häufig, um dich über Ausbildungsplätze zu informieren?“



# Social Media

„Welche Social Media-Kanäle nutzen Sie für Ihr Ausbildungsmarketing?“



**Ausbilder\*innen  
wünschen sich von ihren  
zukünftigen Azubis mehr  
Selbstreflektion. Fehlt  
uns diese nicht allen ein  
wenig?**



# 62 %

**der Unternehmen legen besonderen Wert auf Teamfähigkeit. 50 % der Jugendlichen zählen Teamfähigkeit zu ihrer größten Stärke.**

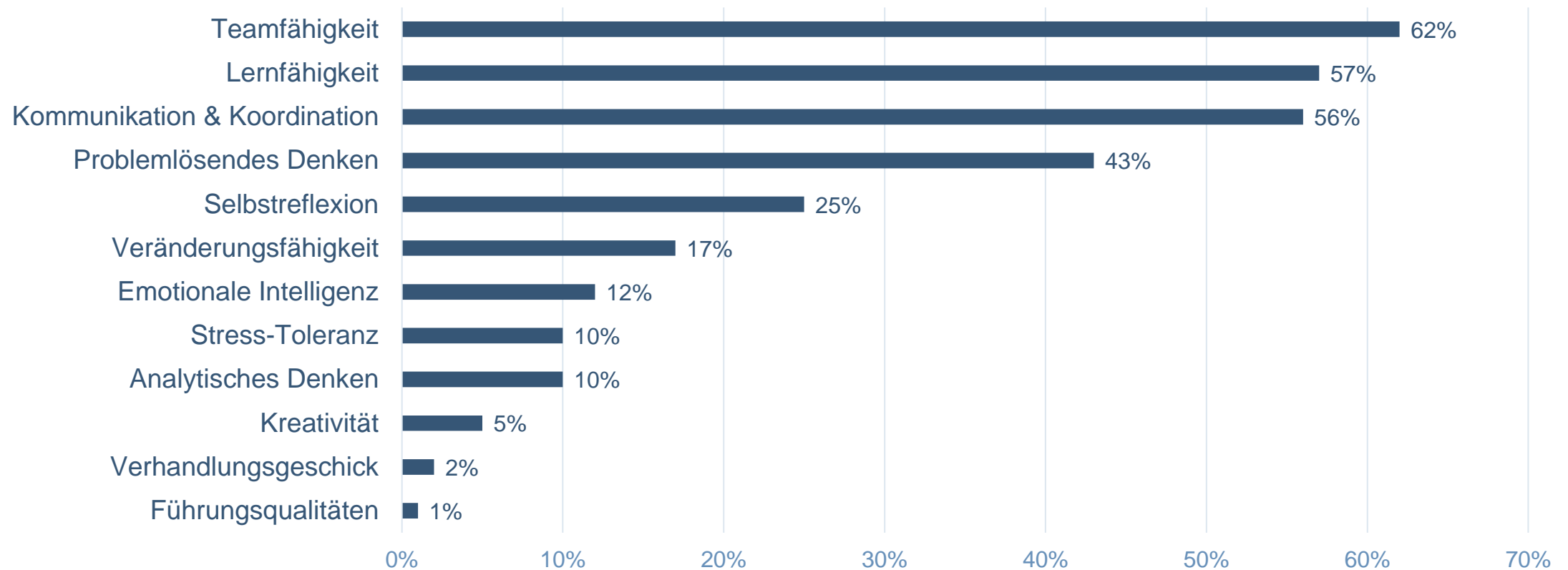
# Fähigkeiten & Kompetenzen

*„Wenn Noten und Abschlüsse künftig bei der Besetzung von Ausbildungsplätzen zunehmend an Bedeutung verlieren, sollten die notwendigen Fähigkeiten & Kompetenzen für die Ausbildungsberufe den „Fixstern“ bei der Auswahl und dem Einsatz von Auszubildenden bilden. Da die Zukunft unbestimmt ist, sollten dann aber auch die Lernfähigkeit und die Veränderungsfähigkeit eine größere Rolle spielen als ggf. die Teamfähigkeit, oder?“*



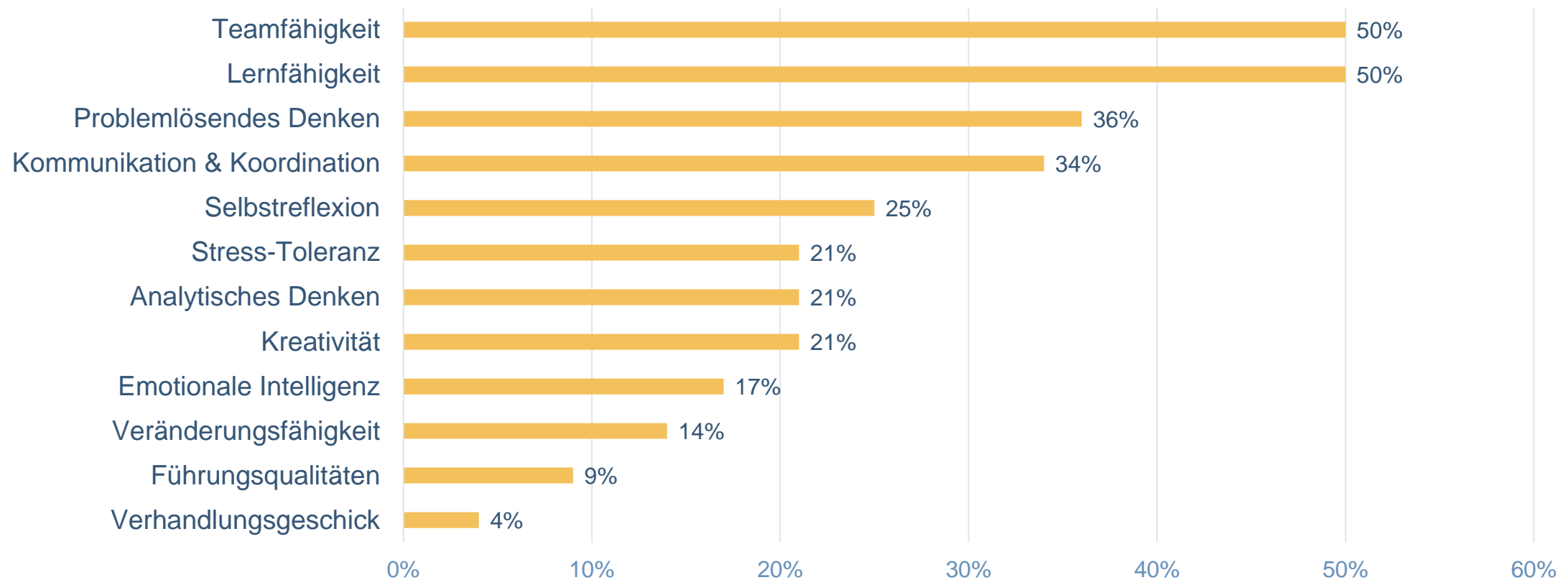
# Fähigkeiten & Kompetenzen

„Auf welche persönlichen Fähigkeiten und Kompetenzen legen Sie zukünftig bei der Besetzung von Ausbildungsplätzen wert?“



# Fähigkeiten & Kompetenzen

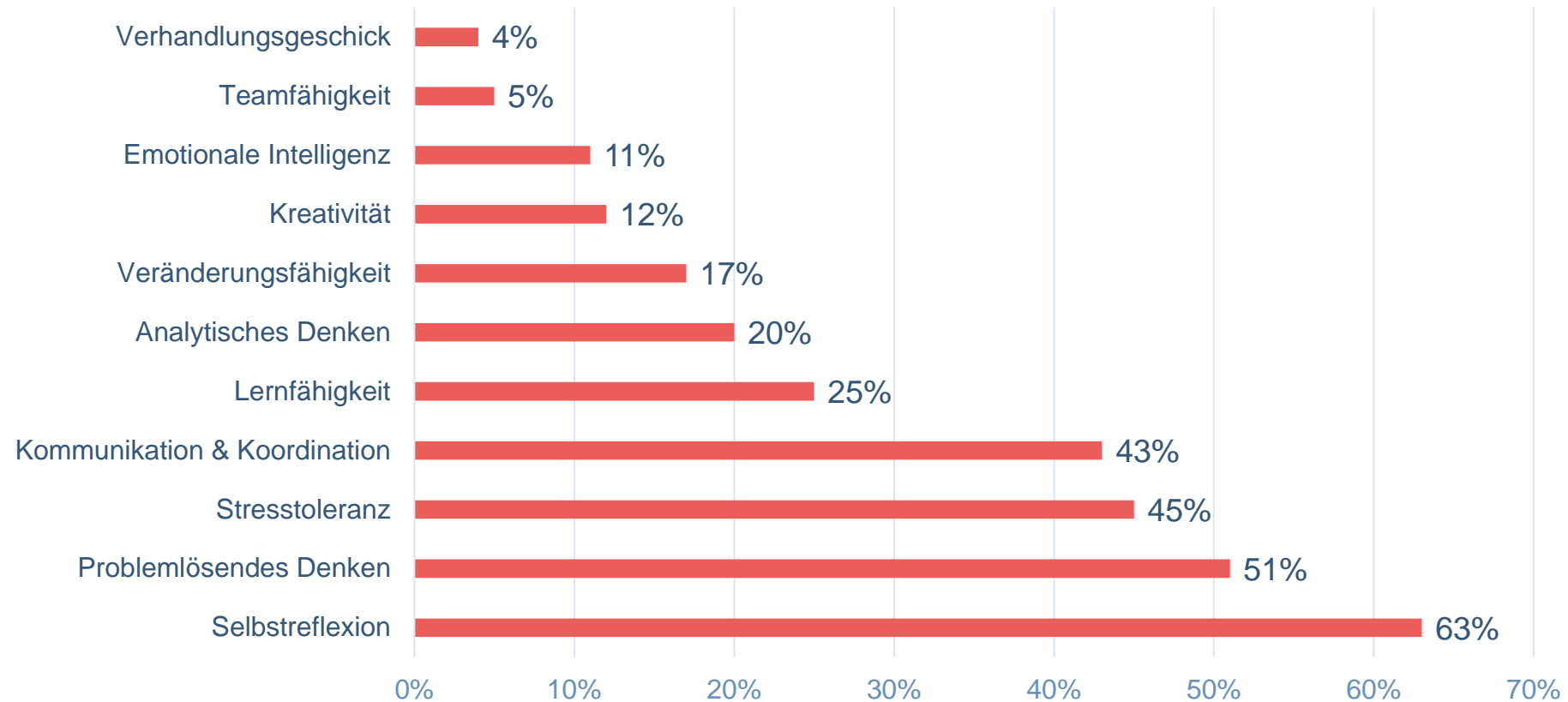
„Welche der folgenden Kompetenzen sind Deine größte Stärken?“





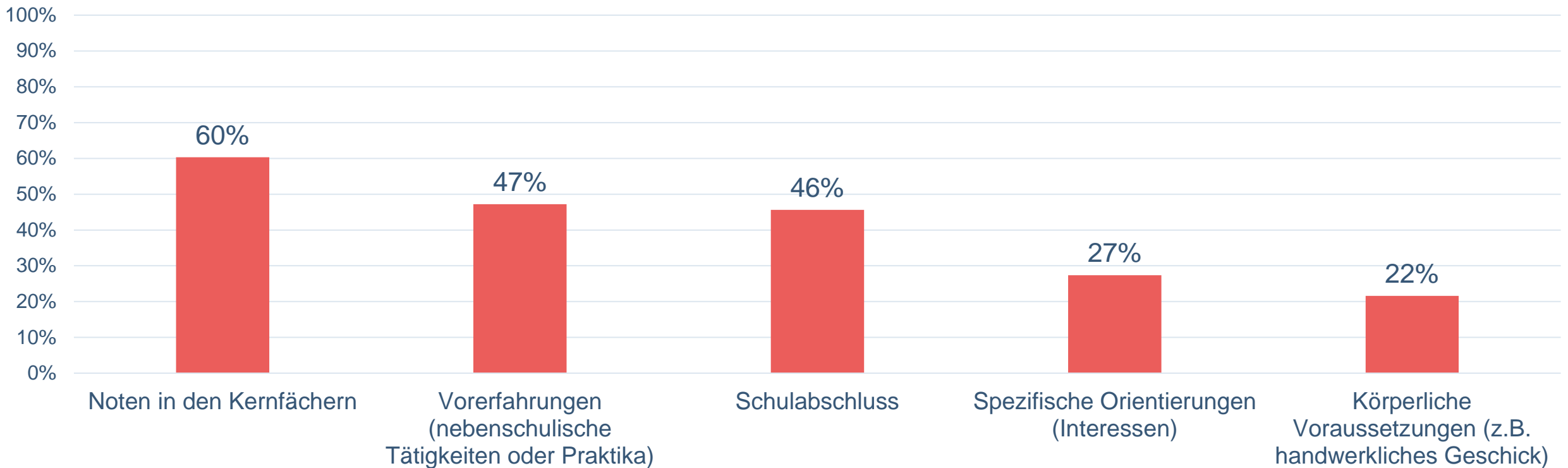
# Vermisste Fähigkeiten & Kompetenzen

„Welche Fähigkeiten vermissen Sie am häufigsten bei Ihren Azubis?“



# Besetzung von Ausbildungsplätzen

„Welche der nachfolgenden Anforderungen werden in Zukunft bei der Besetzung von Ausbildungsplätzen an Bedeutung verlieren?“



# Fähigkeiten & Kompetenzen



Wenn Selbst- und Fremdeinschätzung auseinanderdriften

---

# Unser Studienpartner AUBI-plus



Die AUBI-plus GmbH aus Hüllhorst ist seit 2020 mit an Bord der Studie Azubi-Recruiting Trends.

Das Unternehmen engagiert sich seit 1997 für die betriebliche Ausbildung. Als Azubi-Vermittler und Ausbildungsoptimierer hat AUBI-plus die Wünsche und Bedürfnisse von **Ausbildungsbetrieben** auf der einen und **ausbildungsplatzsuchenden Menschen** auf der anderen Seite stets im Blick.

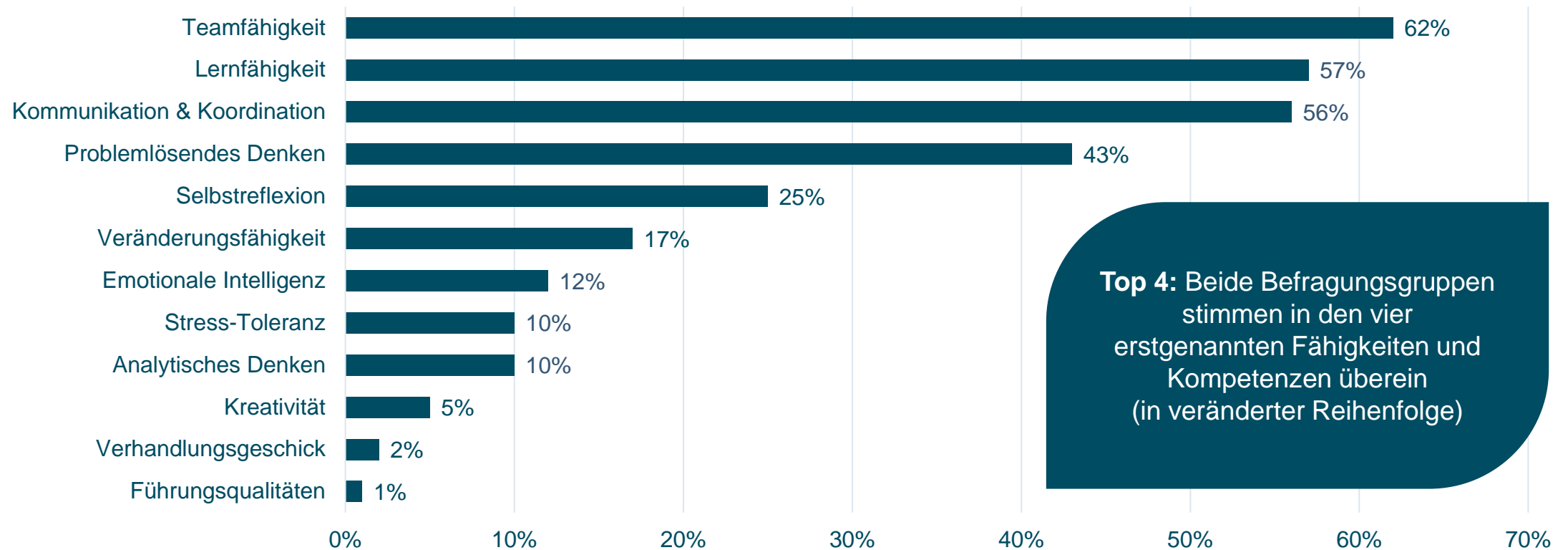
Und genau um diese beiden Gruppen geht es schließlich in der doppelerspektiven Studie!

AUBI-plus unterstützt bei der **Gewinnung von Befragungsteilnehmerinnen und -teilnehmern** und begleitet in diesem Jahr das Thema „**Fähigkeiten und Kompetenzen**“.



# Fähigkeiten und Kompetenzen

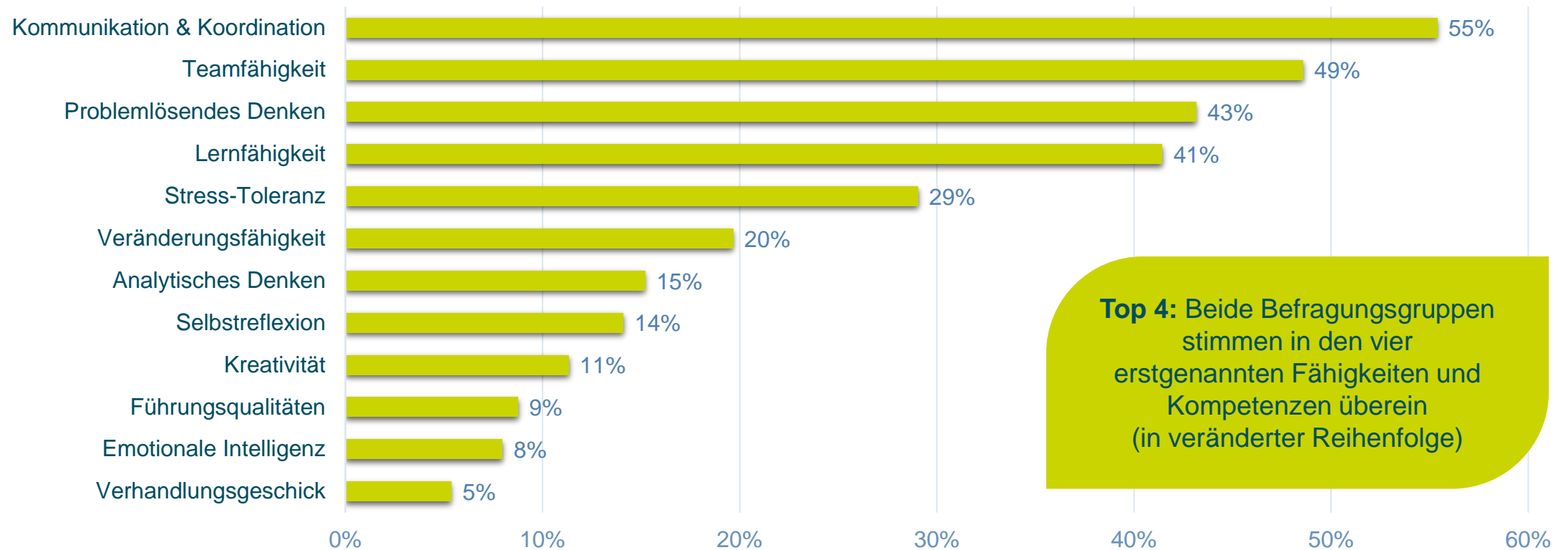
Auf welche persönlichen Fähigkeiten und Kompetenzen legen Sie zukünftig bei der Besetzung von Ausbildungsplätzen wert?





# Fähigkeiten und Kompetenzen

Was denkst du, auf welche persönlichen Fähigkeiten und Kompetenzen kommt es zukünftig im Job/Arbeitsalltag am stärksten an?





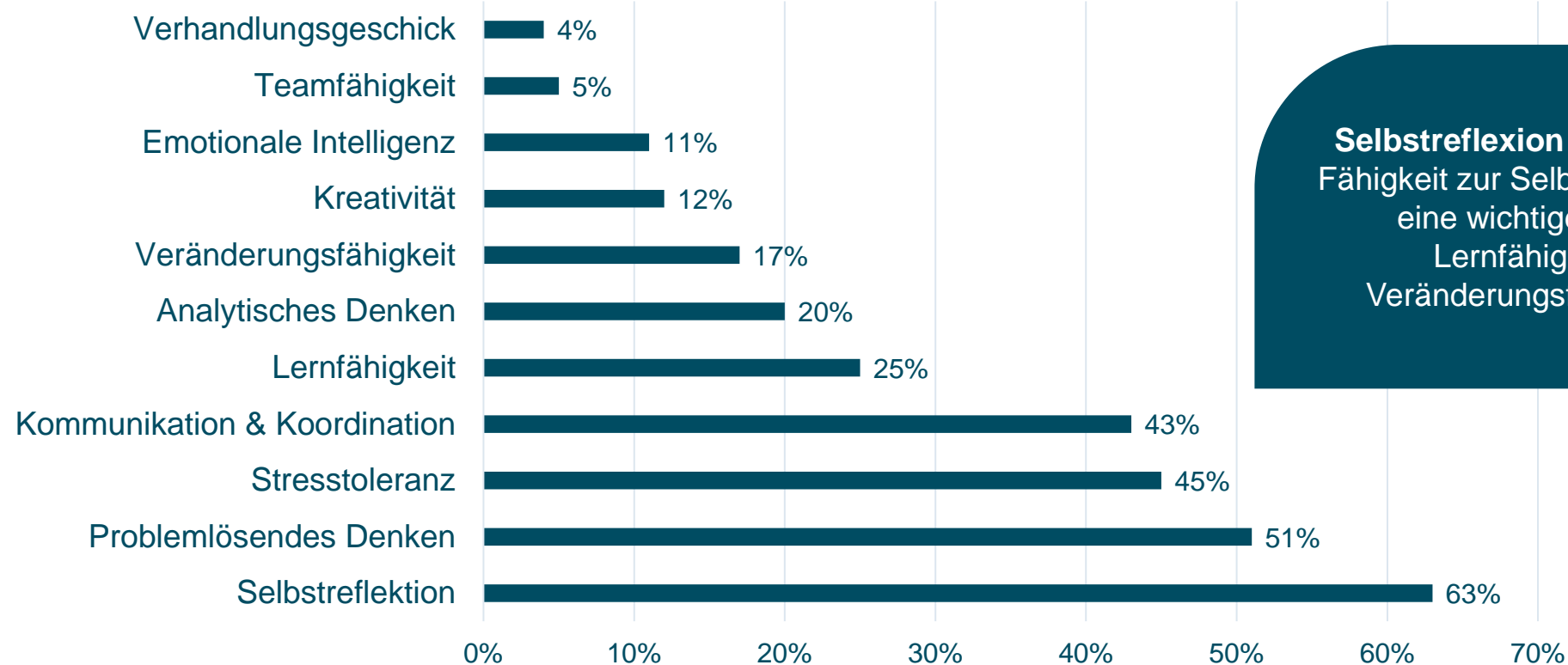
”

---

Lernfähigkeit und Veränderungsfähigkeit gelten gemeinhin als die beiden wichtigsten Zukunftsskills. Dennoch schätzen beide Befragungsgruppen andere Fähigkeiten und Kompetenzen als noch wichtiger ein.

# Vermisste Fähigkeiten und Kompetenzen

Welche Fähigkeiten vermissen Sie am häufigsten bei Ihren Azubis?



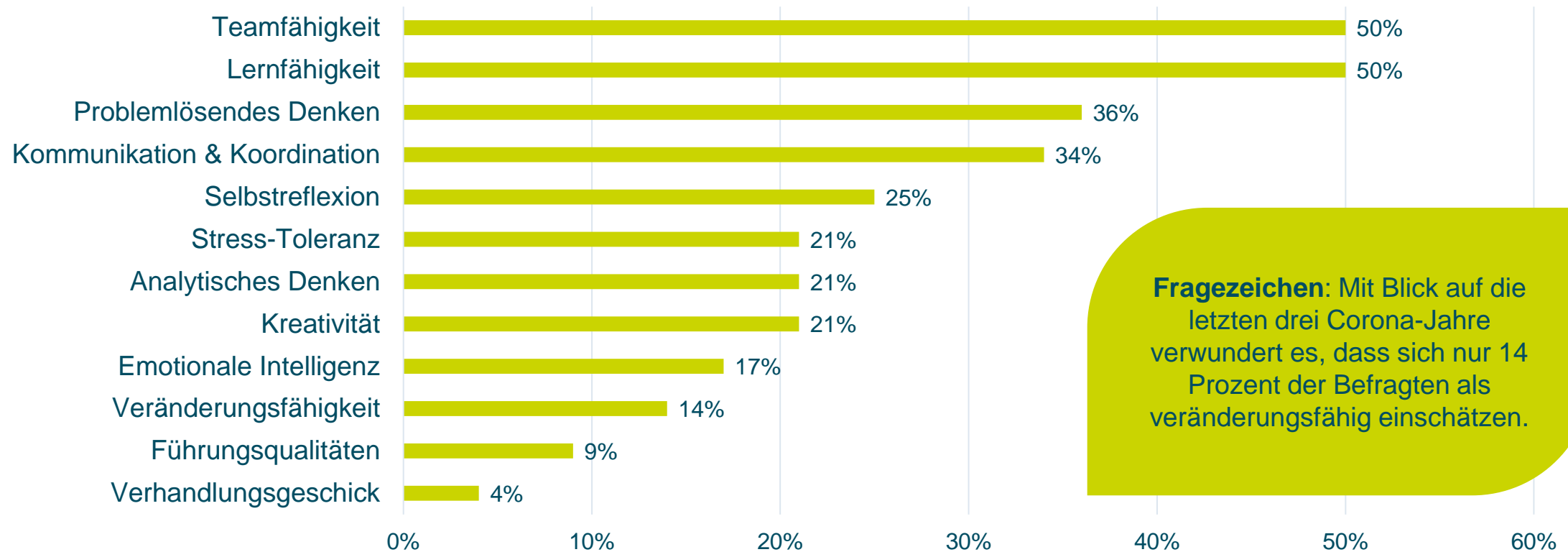
**Selbstreflexion als Basis:** Die Fähigkeit zur Selbstreflexion stellt eine wichtige Basis für Lernfähigkeit und Veränderungsfähigkeit dar.





# Größte Stärken

Welche der folgenden Kompetenzen sind deine 3 größten Stärken?



**Fragezeichen:** Mit Blick auf die letzten drei Corona-Jahre verwundert es, dass sich nur 14 Prozent der Befragten als veränderungsfähig einschätzen.



”

---

Selbst- und Fremdeinschätzung driften auseinander. Insbesondere beim problemlösenden Denken sowie bei Kommunikation und Koordination scheint sich die junge Generation zu überschätzen.

# Wichtige Zukunftsskills im Überblick



- ⊕ Veränderungsfähigkeit
- ⊕ Lernfähigkeit
- ⊕ Selbstreflexion
- ⊕ Problemlösendes Denken
- ⊕ Stesstoleranz

Ihre Herausforderung als Ausbilderin bzw. Ausbilder: Ihre Auszubildenen beim Erwerb dieser Fähigkeiten und Kompetenzen zu unterstützen. Das klappt am besten, wenn Sie ein gutes Vorbild abgeben.

# Tipps und Handlungsempfehlungen 1/4



Selbstreflexion als Basis für Lernfähigkeit und Veränderungsfähigkeit durch **Feedback** fördern:

- ⊕ Institutionalisierte Gespräche zu festen Terminen führen (Ende der Probezeit, Abteilungswechsel etc.)
- ⊕ Situative Alltagsfeedbacks geben (z. B. mit der WWW-Methode)
- ⊕ Lernerfahrungen bei komplexen Arbeitsaufgaben nachbesprechen
- ⊕ Azubis beteiligen und einladen, selbst Feedback zu geben (z. B. mit der Feedback-Hand)

Positives Feedback zahlt ebenfalls auf die **Resilienz** ein, denn Erfolgserlebnisse stärken das Vertrauen Ihrer Azubis in ihre eigenen Fähigkeiten und stimmt sie zuversichtlich, auch neue Herausforderungen erfolgreich bewältigen zu können.

# Tipps und Handlungsempfehlungen 2/4



Problemlösendes Denken durch **konstruktiven Umgang mit Fehlern (positive Fehlerkultur)** fördern.

- ⊕ Fehler machen sollte erlaubt sein!
- ⊕ Vorbild sein: Eigene Fehler eingestehen, darüber sprechen und daraus lernen.
- ⊕ Arbeitsaufgaben gemeinsam mit Ihrem Azubi reflektieren, etwaige Fehler sachlich analysieren, Ursachen eruieren, Schaden begrenzen und Maßnahmen entwickeln, damit sich Fehler nicht wiederholen.
- ⊕ Fehler als Chance zum Lernen verstehen, z. B. mit einer Fehler-Lösungs-Sammlung. Damit fördern Sie Lösungsdenken, Austausch und gegenseitige Hilfe bei der Vermeidung und Vorbeugung von Fehlern.

# Tipps und Handlungsempfehlungen 3/4



## **Kontinuierliches Lernen** durch **positive Lernkultur** fördern:

- ⊕ Vorbild sein: Selbst Bereitschaft zum Lernen zeigen und offen für Neues sein.
- ⊕ Raum schaffen, in dem Azubis ihr Wissen und ihre Fähigkeiten festigen und weiterentwickeln können.
- ⊕ Verschiedene Lernmöglichkeiten bieten, z. B. institutionalisierte Lernangebote oder selbstorganisierte Lerngruppen.
- ⊕ Qualifiziertes Ausbildungspersonal mit guten methodischen und didaktischen Kompetenzen einsetzen.

Eine gute Feedbackkultur sowie ein konstruktiver Umgang mit Fehlern zahlen ebenfalls auf eine positive Lernkultur ein.

# Tipps und Handlungsempfehlungen 4/4



## Stresstoleranz verbessern:

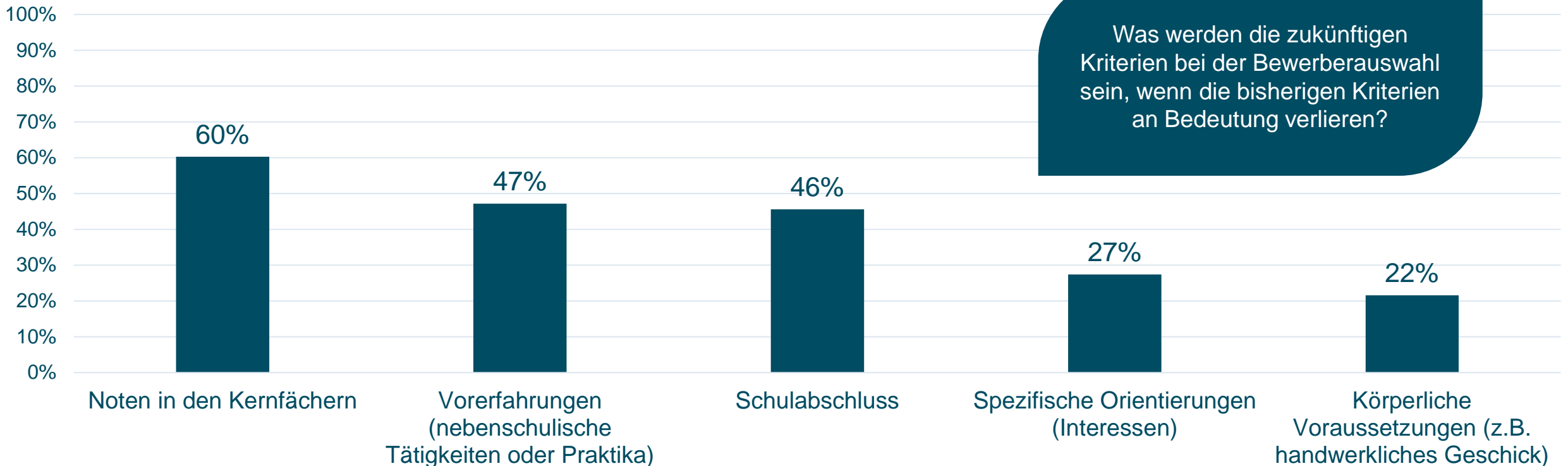
- + Gesunde Ernährung, viel trinken, ausreichend Schlaf, regelmäßige körperliche Bewegung sowie Pausen und Entspannungsphasen machen den Körper widerstandsfähiger gegen Stress. Sensibilisieren Sie Ihre Auszubildenden für einen gesunden Lebensstil, z. B. durch Gesundheitsangebote.
- + Mit den passenden Selbstmanagement-Techniken kann Stress reduziert werden. Schulen Sie Ihre Azubis in Zeitmanagement, Setzen von Zielen, Priorisierung, Planung und Organisation.
- + Teil einer Gemeinschaft zu sein, macht Ihre Azubis stark und gibt Sicherheit und Halt. Fördern Sie die Vernetzung und soziale Integration, z. B. durch gemeinsame Aktivitäten.
- + Vorbild sein: Krisen und belastende Situationen als vorübergehende Phasen betrachten, optimistisch bleiben und nach vorne schauen.



# Besetzung von Ausbildungsplätzen

Welche der nachfolgenden Anforderungen werden in Zukunft bei der Besetzung von Ausbildungsplätzen an Bedeutung verlieren?

Was werden die zukünftigen Kriterien bei der Bewerberauswahl sein, wenn die bisherigen Kriterien an Bedeutung verlieren?







# u-form Testsysteme

## Initiator der Studie

Der u-form Verlag bietet Materialien zur Vorbereitung auf IHK-Prüfungen. Das Solinger Familienunternehmen ist seit über 70 Jahren Partner der Industrie- und Handelskammern.

Die u-form Testsysteme GmbH & Co. KG wurde 2007 aus dem Verlag ausgegliedert. Unternehmen profitieren von den über 60 verschiedenen praxisnahen und tätigkeitsbezogenen Einstellungstests. Mit opta3 bieten die u-form Testsysteme eine moderne Plattform für Online-Einstellungstests und in Form des „Bewerbernavigators“ ein elektronisches Bewerbermanagementsystem. Beide Lösungen sind passgenau auf den Bedarf von ausbildenden Organisationen zugeschnitten. Mit dem „Azubi-Navigator“ bietet u-form seit 2017 ein einzigartiges, cloudbasiertes Tool, um die duale Ausbildung digital zu managen

und zu optimieren. Ausbildungsverantwortliche werden dadurch entlastet. Sie können Lernerfolge ihrer Auszubildenden steuern und sie punktgenau auf Klausuren und Prüfungen vorbereiten. u-form fördert Austausch und Wissen zum Thema Rekrutierung von Auszubildenden, zum Beispiel durch die regelmäßig erscheinende Studie „Azubi-Recruiting Trends“.

Die Geschäftsführerin Felicia Ullrich hat sich in den vergangenen Jahren bundesweit als Keynotespeakerin zu Ausbildungsthemen einen Namen gemacht. Zu den Kunden von u-form Testsysteme zählen namhafte Unternehmen wie Dräger, Festo, Ford, Henkel, Merck, Obi und TUI.

[testsysteme.de](https://testsysteme.de) | [u-form.de](https://u-form.de)

# Partner

Wir bedanken uns herzlich bei unseren Medienpartnern für die tatkräftige Unterstützung, die zum Erfolg des Projekts beigetragen hat.

**Personalwirtschaft**

**personal.  
magazin**

**Behörden Spiegel**

**ahgz**

**wirAUSBILDER**  
ERFAHRUNGEN – IMPULSE – LÖSUNGEN

**Lebensmittel  
Zeitung**

**MM**  
MaschinenMarkt

Auch in diesem Jahr gilt unser Dank Trendence, für die technische Umsetzung und Auswertung der Azubi-Recruiting Trends 2023.

 **trendence**

# So geht es weiter:



- Zusätzlich zu den Tipps in dieser Auswertung erhalten Sie von uns 6 Mails mit Studientipps und ergänzenden Webinaren
- Ab Herbst 2023 folgt dann Teil 2 der Azubi-Recruiting Trends 2023 mit Themen wie
  - Arbeitszeiten
  - Attraktivitätsfaktoren
  - Jobmessen
  - Pre- und Onboarding
- Wir informieren Sie automatisch\*, wenn die neuen Ergebnisse zum Download vorliegen

\* Dieser Service ist **nicht** möglich, wenn Sie sich aus dem E-Mail Verteiler der Studie austragen.

# Wir kennen deine **Zielgruppe!**

Aus unseren Statistiken lassen sich nicht nur die Meinungen & Erwartungen von Mitarbeitenden ableiten, sondern dienen auch als fundierte Entscheidungsgrundlage für **Recruiting, Employer Branding & Personalmarketing.**

Über 20 Jahre  
Marktforschung!



## HR- Monitor

Ein interaktives Onlinetool, das wertvolle Einblicke in die Wünsche & Bedürfnisse von Arbeitnehmenden in Deutschland liefert.

Jetzt informieren



## Customized Research

Individuelle HR-Studien im nationalen & internationalen Kontext mit exakten Analysen und Lösungen.

Jetzt informieren

# Sie haben Fragen? Wir helfen Ihnen gerne.



**Felicia Ullrich**  
**Marketing**

Ihre Ansprechpartnerin für Workshops und Vorträge rund um die Themen des Azubi-Recruitings

☎ 0212 22207-27  
✉ [f.ullrich@u-form.de](mailto:f.ullrich@u-form.de)



**Dr. Manfred Böcker**  
**HR-Präsenz**

Ihr Ansprechpartner für alle PR-Fragen.

☎ 0170 3230531  
✉ [mb@hr-praesenz.de](mailto:mb@hr-praesenz.de)



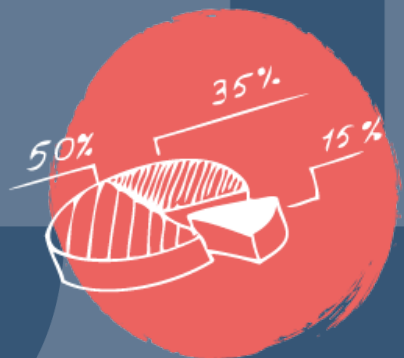
Das Urheberrecht liegt bei der u-form Gruppe Solingen. Diese Präsentation ist ausschließlich für Ihren persönlichen Gebrauch gedacht. Die Verbreitung in jeglicher Form ist nicht erlaubt. Das gilt im Besonderen für die Verbreitung in digitalen Medien und im Internet.

Jegliche Übernahme von Grafiken oder Textpassagen in eigene Präsentationen oder Veröffentlichungen bedarf der Zustimmung der u-form Gruppe. Grundsätzlich muss bei Verwendung von Zahlen oder Inhalten die Nennung des Herausgebers u-form Gruppe erfolgen.

Sollten Sie Charts benötigen, können Sie diese gerne bei uns unter folgender E-Mail-Adresse anfragen: [studie@testsysteme.de](mailto:studie@testsysteme.de)

Für den Inhalt verlinkter Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich.





# AZUBI-RECRUITING TRENDS **Teil 2**

# 2023

Die größte doppelperspektivische Studie zum Thema Ausbildung



# Azubi-Recruiting Trends 2023

## Zweiter Teil

„Der größte Feind des Guten ist des Guten zu viel“. Deshalb gibt es 2023 zwei Portionen „Azubi-Recruiting Trends“. Häppchen wäre deutlich untertrieben. Auch im zweiten Teil warten viele spannende Ergebnisse auf Sie. Dazu ein besonderes Highlight: wir lassen die junge Generation zu Wort kommen. **Freuen Sie sich auf eine bunte Vielfalt an O-Tönen von Bewerbenden und Azubis.**

Beim zweiten Teil der Ergebnisse überkam mich der Eindruck, wir hätten zwei unterschiedliche Welten befragt. Bewerbende gehen auf die einen Jobmessen, Unternehmen auf ganz andere. Auf jeden Fall haben die Jugendlichen ein anderes Erleben als das, was die Antworten der Ausbildenden erwarten lassen. Bei Jobmessen und beim Onboarding weichen Wunsch, erlebte Wirklichkeit und Angebote der Unternehmen deutlich voneinander ab. Es bieten sich demnach noch viele Gestaltungsmöglichkeiten, um junge Menschen für die duale Ausbildung zu begeistern. Packen wir es an. Das u-form Team und ich unterstützen Sie gerne!



# Inhalt

- 1 Arbeitszeiten
- 2 Job- & Berufsmessen
- 3 Arbeitgeberattraktivität
- 4 Berufsorientierung
- 5 Pre- und Onboarding
- 6 O-Töne von Bewerbenden und Azubis

# Einfach mal funneln:

Das Angebot der u-form  
Testsysteme kennenlernen?  
QR-Code scannen und  
leiten lassen.



[shrtnr.link/produkte/](https://shrtnr.link/produkte/)

# Arbeitszeitmodelle: Der Wunsch nach Work-Life-Balance ist kein Generation Z Phänomen



# Arbeitszeiten

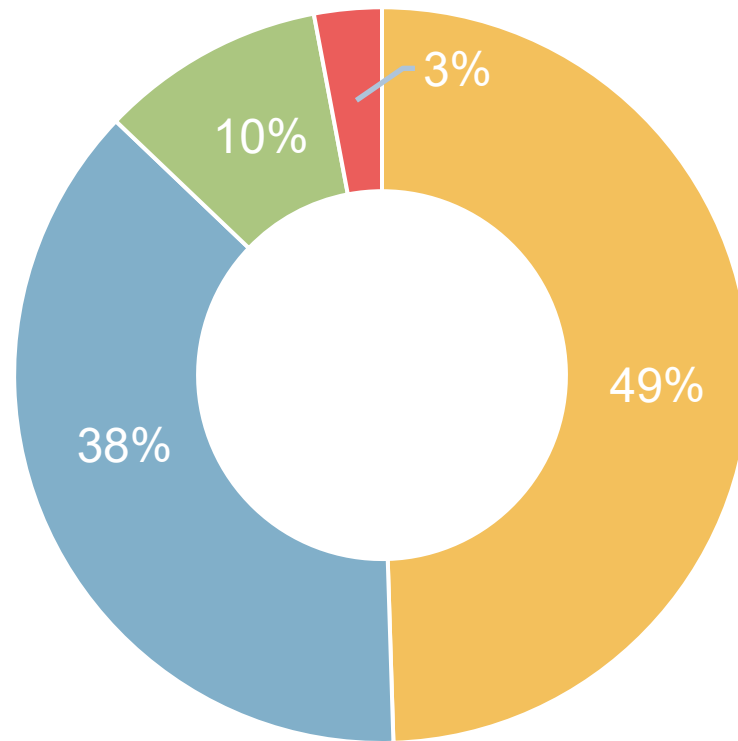
*Keine Leistung ohne Gegenleistung!*

*Mehrarbeit gegen Freizeit oder Bezahlung, aber nicht an Wochenenden und Feiertagen. Soweit so gut! Erlaubt muss aber auch die Frage sein, wer dann am Wochenende im Einzelhandel bedienen oder im Krankenhaus medizinisch versorgen soll.*



# Überstunden

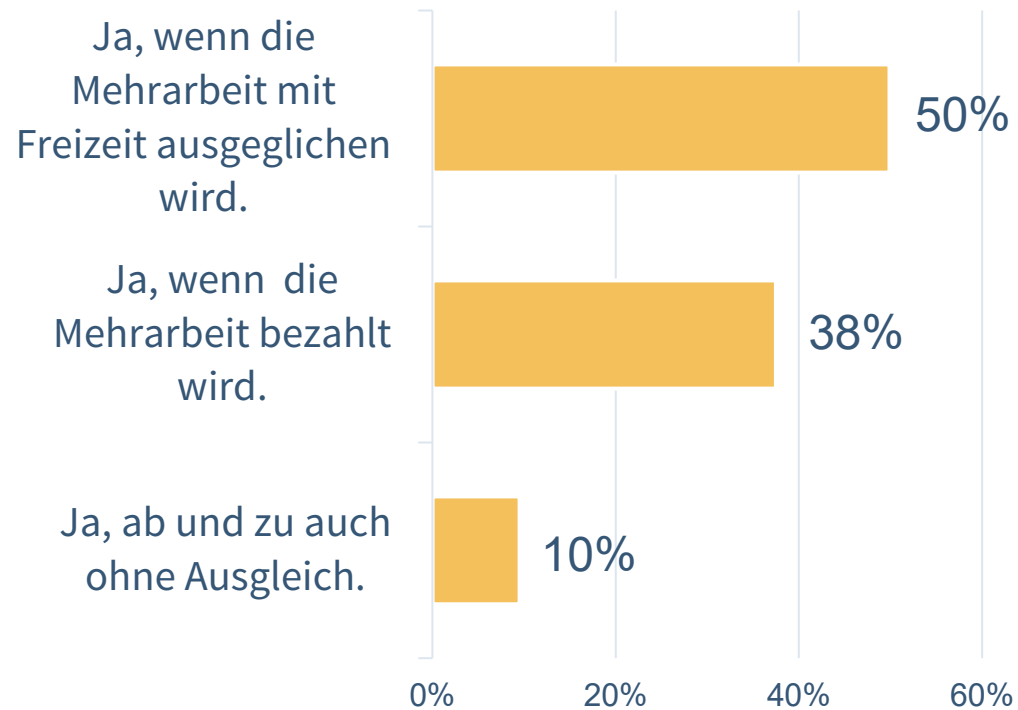
„Wärst du bereit, ab und zu über die wöchentliche Stundenzahl hinaus zu arbeiten?“



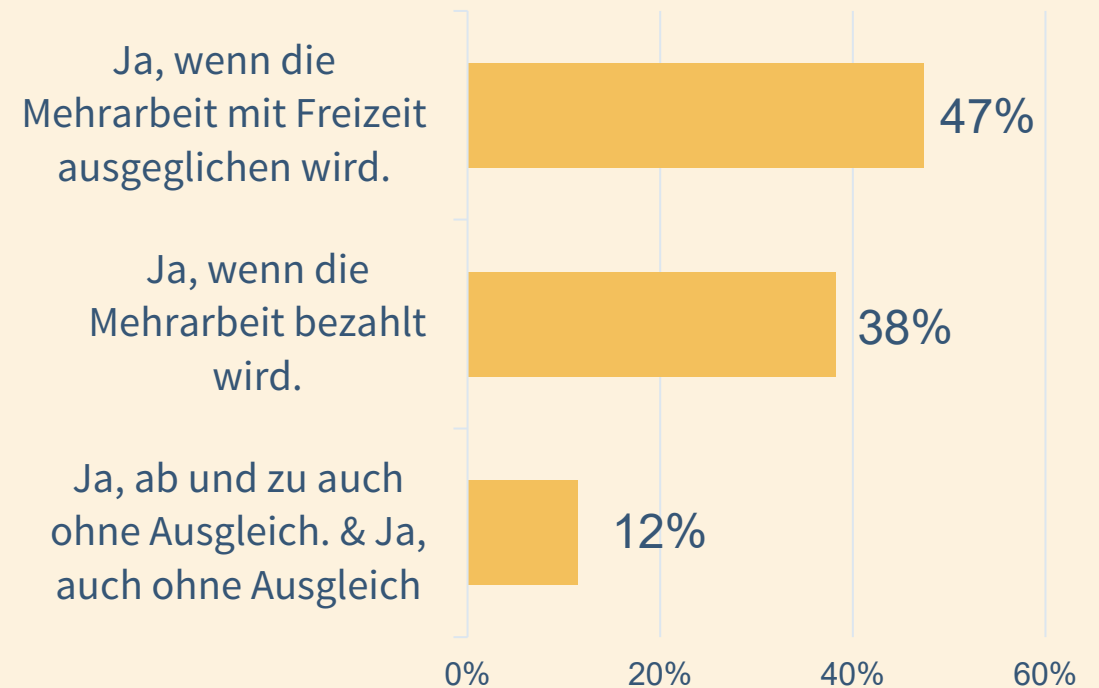
- Ja, wenn die Mehrarbeit in Freizeit ausgeglichen wird
- Ja, wenn die Mehrarbeit bezahlt wird
- Ja, ab und zu auch ohne Ausgleich
- Nein

# Überstunden – Vergleich 2019/ 2023

„Wärst Du bereit, ab und zu über die wöchentliche Stundenzahl hinaus zu arbeiten?“

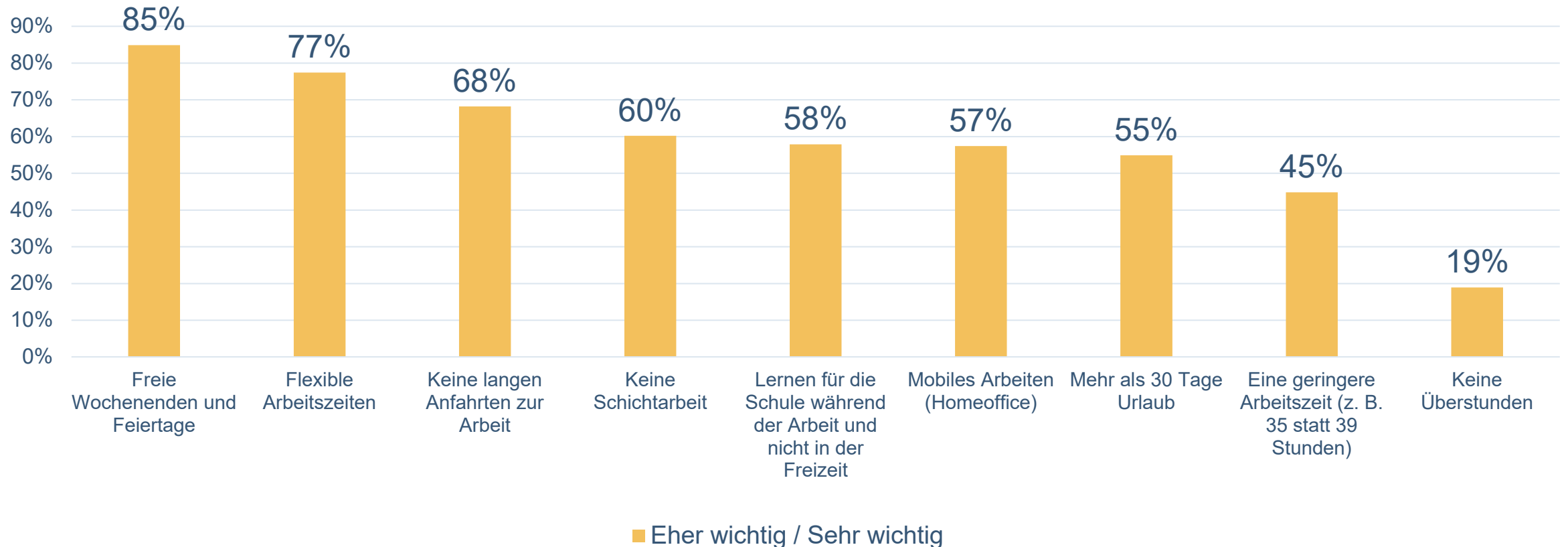


## Vergleich zur Studie 2019

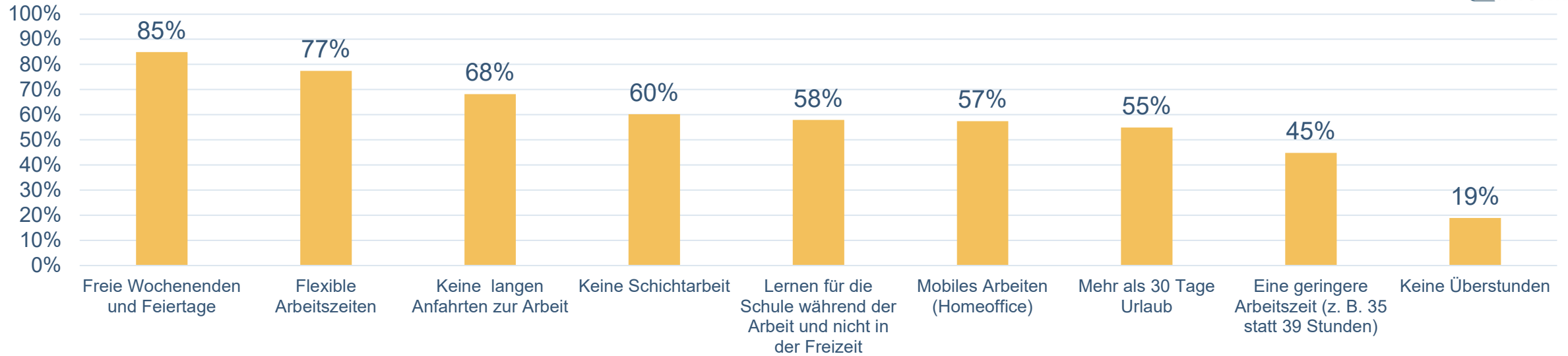


# Arbeitszeit

„Wie wichtig sind dir die folgenden Aspekte bezüglich deiner persönlichen Arbeitszeit?“

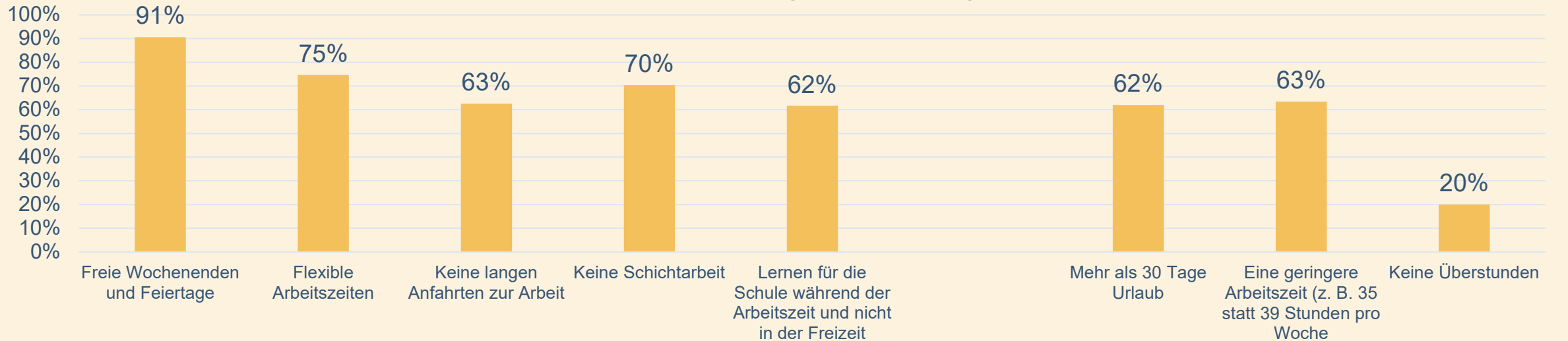


■ Eher wichtig / Sehr wichtig



### Vergleich zur Studie 2019:

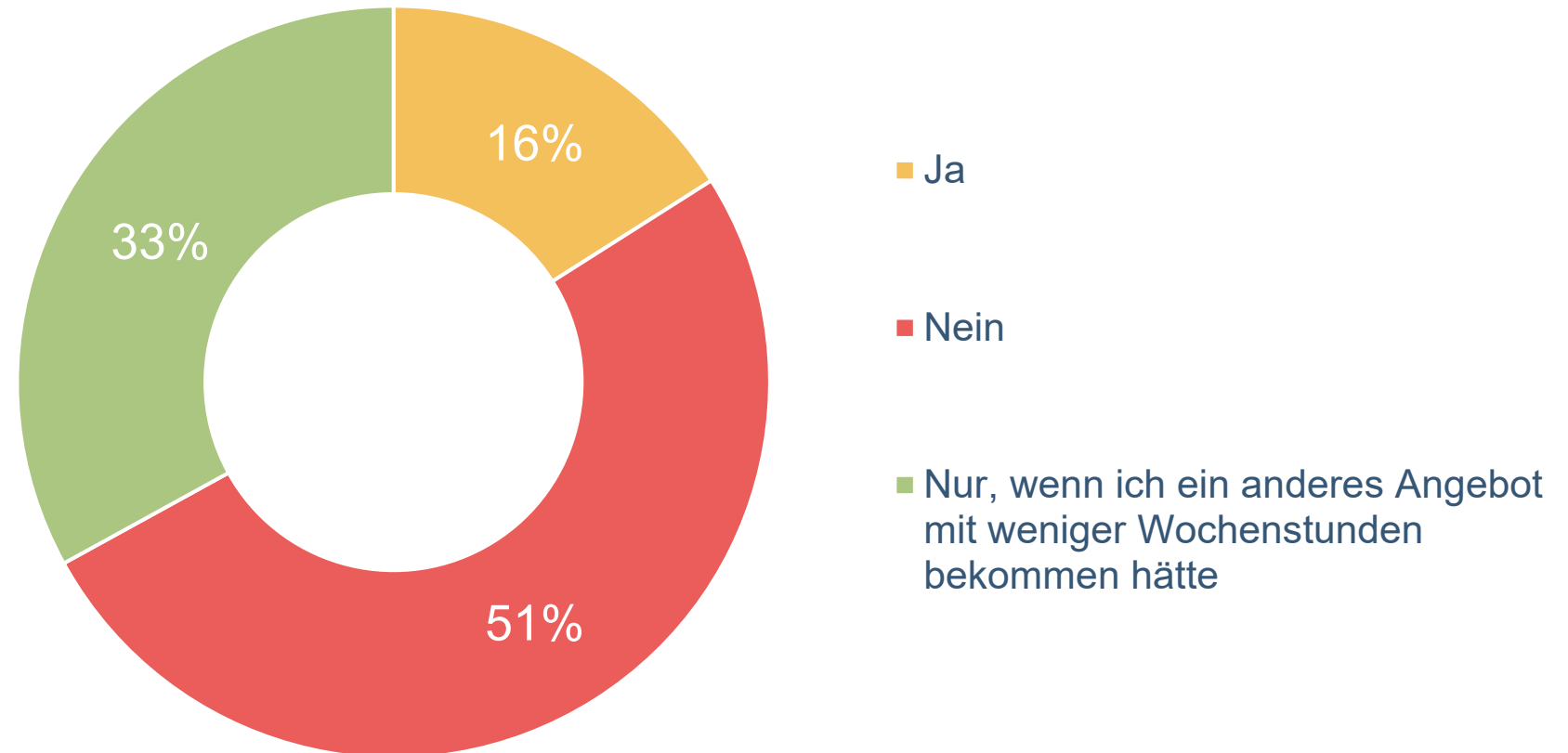
■ Eher wichtig / Sehr wichtig





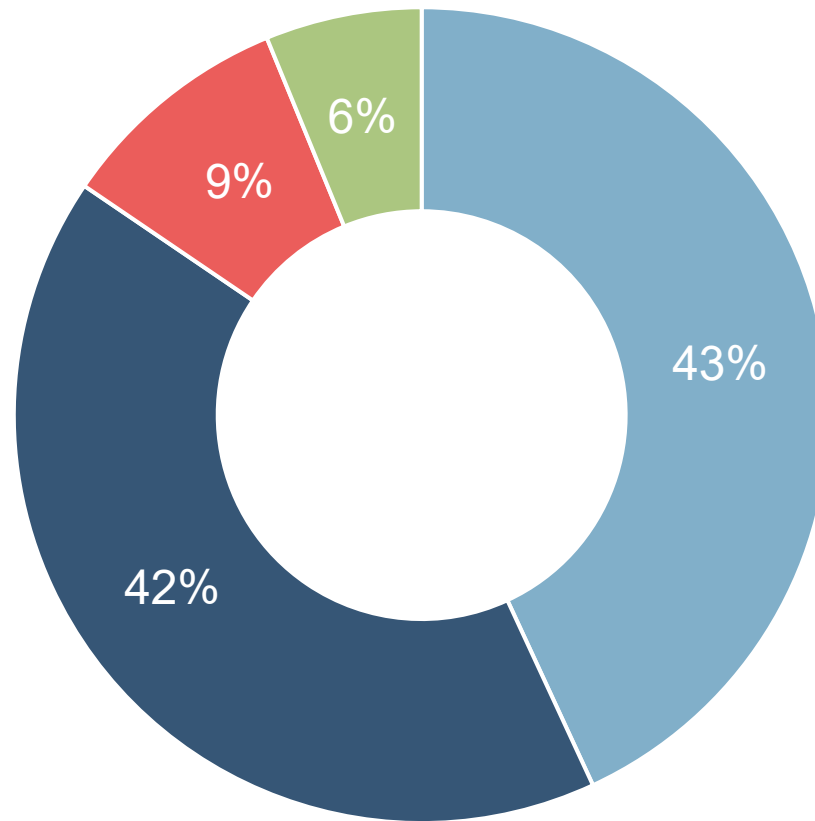
# Wochenarbeitszeit

„Wäre oder war eine längere Wochenarbeitszeit (z. B. 39 statt 35 Stunden) für dich ein Grund, dich gegen ein Ausbildungsangebot zu entscheiden?“



# Wochenarbeitszeit

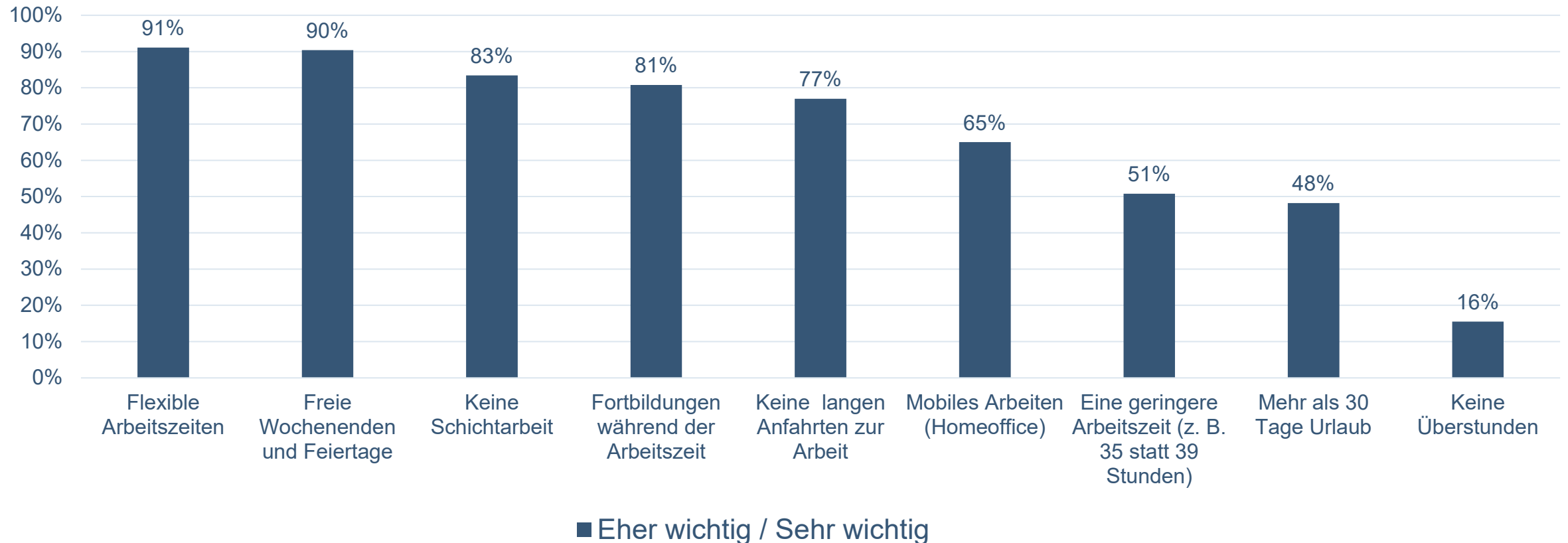
„Wäre für Sie eine kürzere Wochenarbeitszeit ein Grund, den Arbeitgeber zu wechseln?“



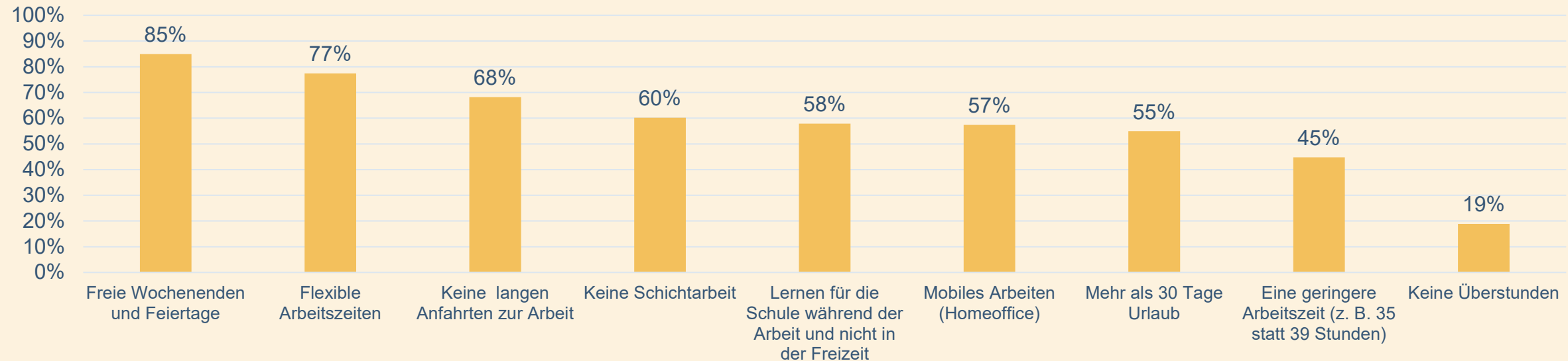
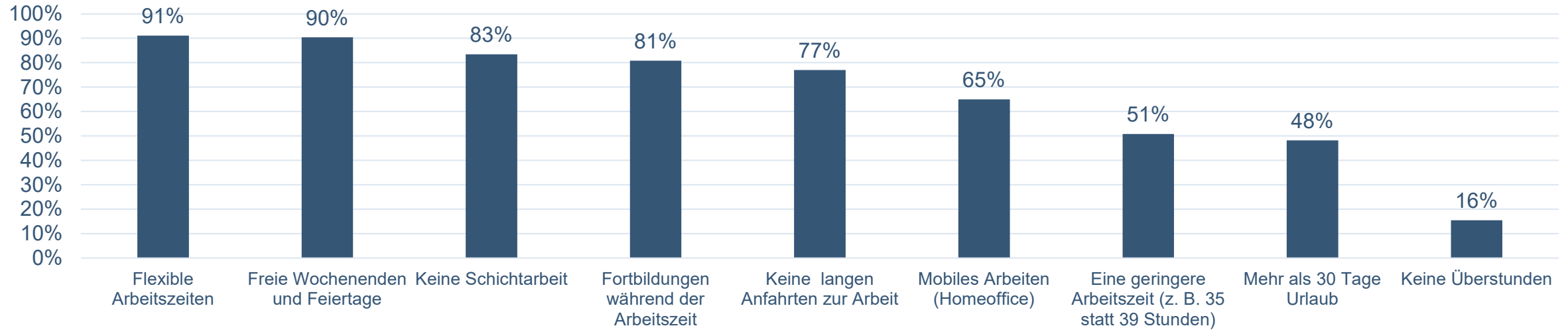
- Nein, da wären anderen Faktoren für mich wichtiger
- Ja, bei vollem Lohnausgleich
- Nein
- Ja, auch ohne vollen Lohnausgleich

# Arbeitszeit

„Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte in Bezug auf Ihre persönliche Arbeitszeit?“

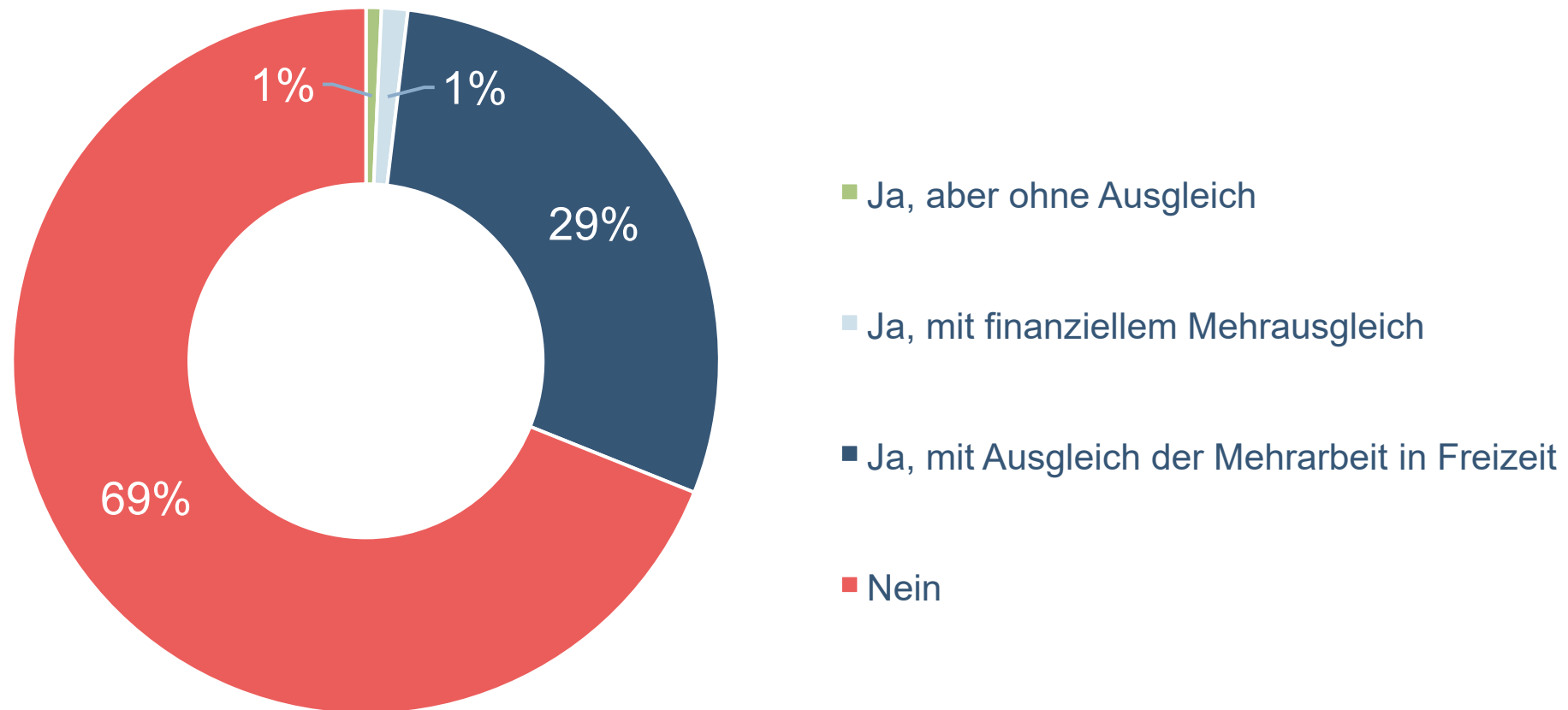


„Wie wichtig sind Ihnen/Dir die folgenden Aspekte in Bezug auf Ihre/Deine persönliche Arbeitszeit?“



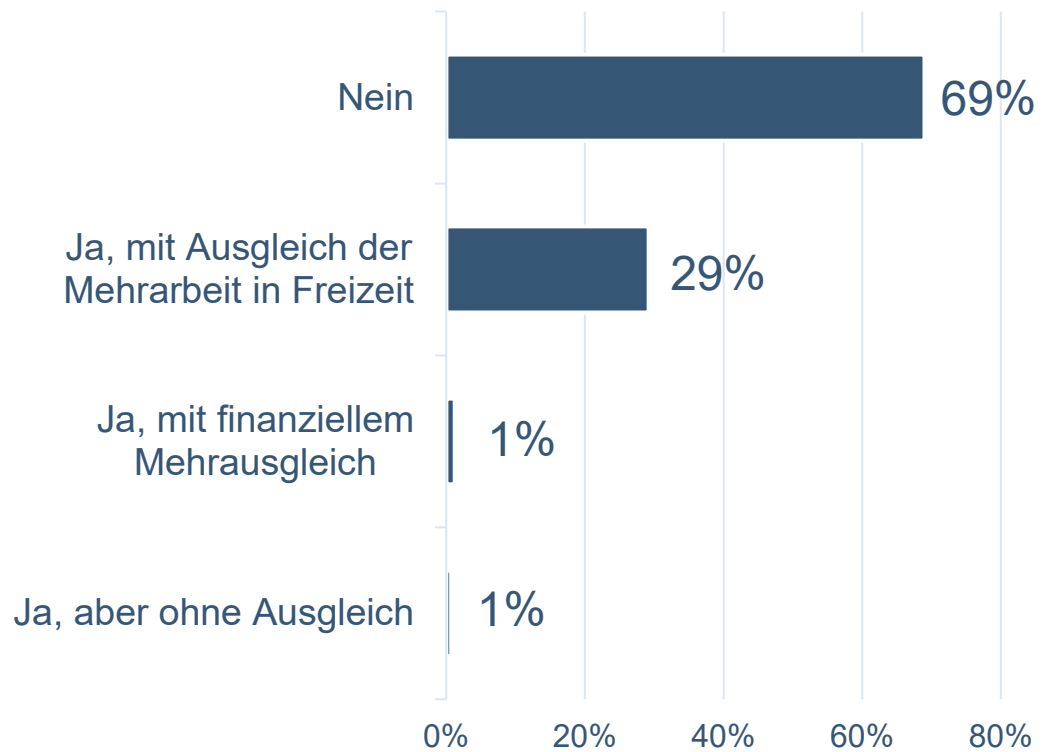
# Überstunden in der Ausbildung

„Machen Ihre Azubis regelmäßig Überstunden?“

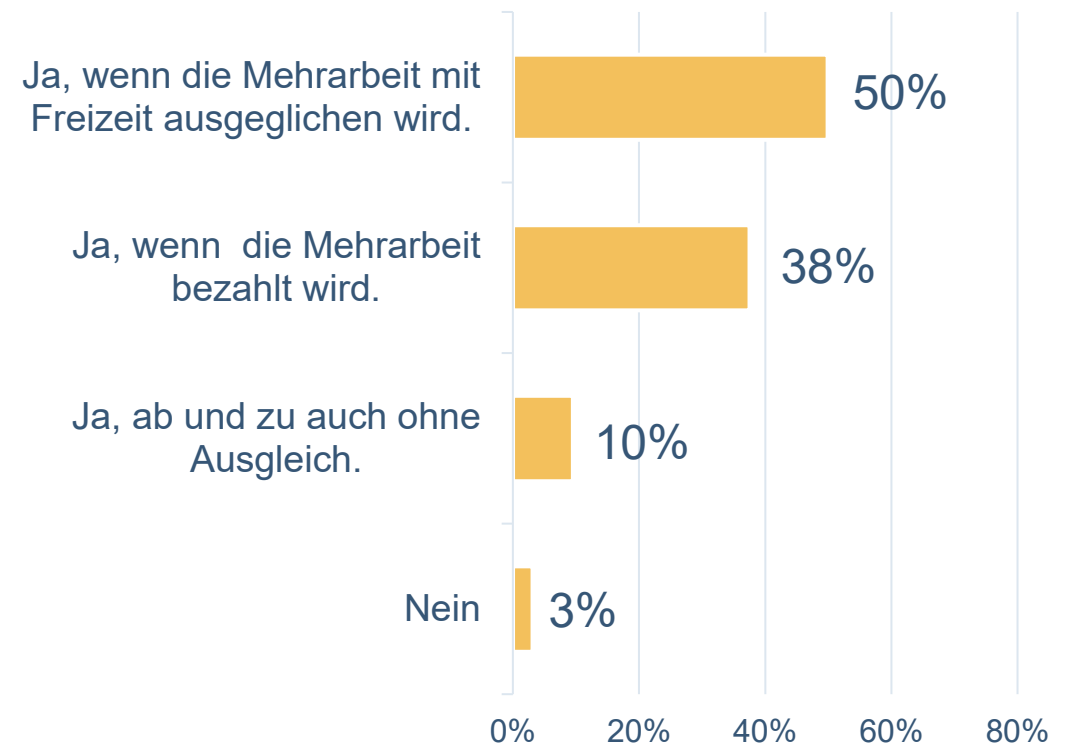



# Überstunden im Vergleich

„Machen Ihre Azubis regelmäßig Überstunden?“



„Wärst du bereit, ab und zu über die wöchentliche Stundenzahl hinaus zu arbeiten?“



A man in a dark blue suit and a woman in a white blouse and black skirt are sitting at a small table, engaged in a conversation. The man is on the left, seen from the back, and the woman is on the right, holding a tablet. They are sitting on modern, curved chairs, one yellow and one grey. The background is a light blue wall with a dark blue curved shape on the right side.

**Jobmessen müssen mehr bieten als einen Flyer oder ein Giveaway – Jugendliche wünschen sich Ansprache und Erlebnisse**

# Job- & Berufsmessen

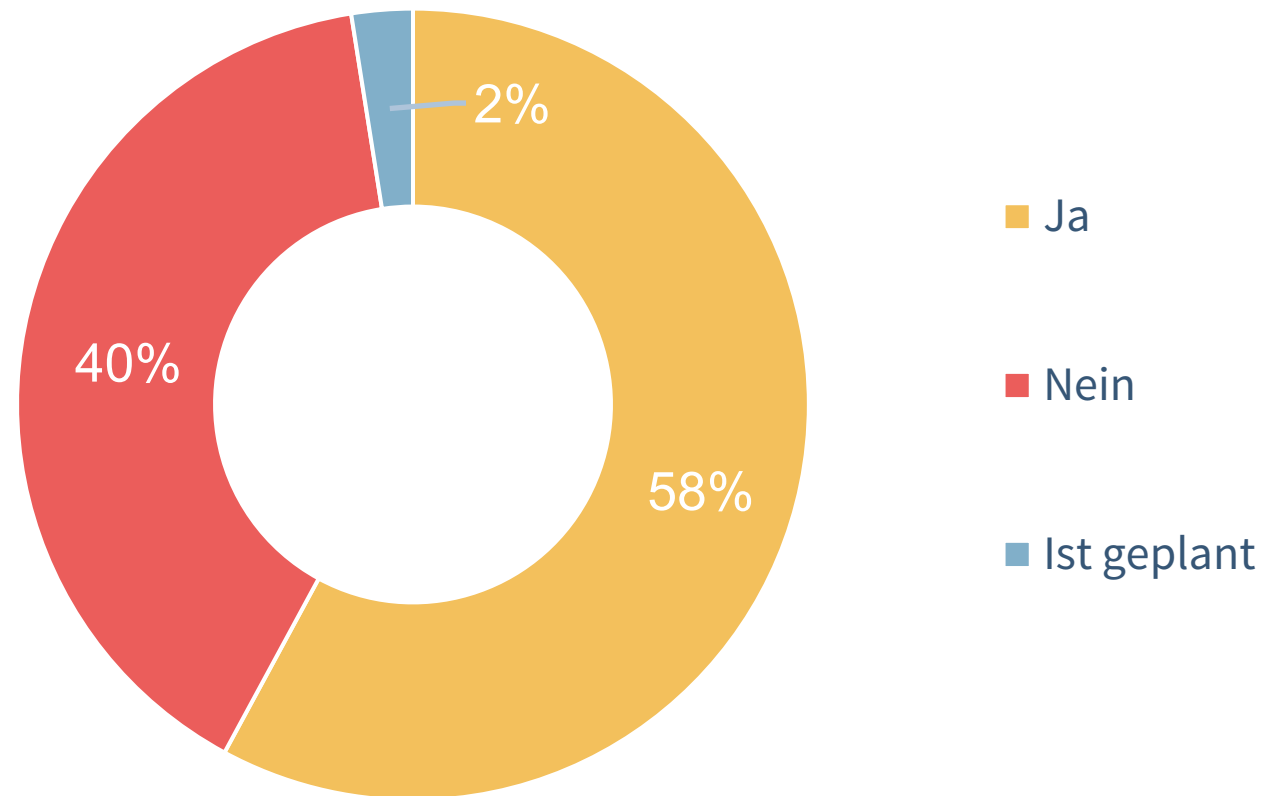
*Begeisterung, Beratung und Bewerbung. Unter diesen drei „B´s“ würde ich das Ziel von Job- und Berufsmessen zusammenfassen. Viele Unternehmen sehen das offensichtlich anders. Wer junge Menschen begeistern will, sollte spannende Angebote und Nägel mit Köpfen machen.*





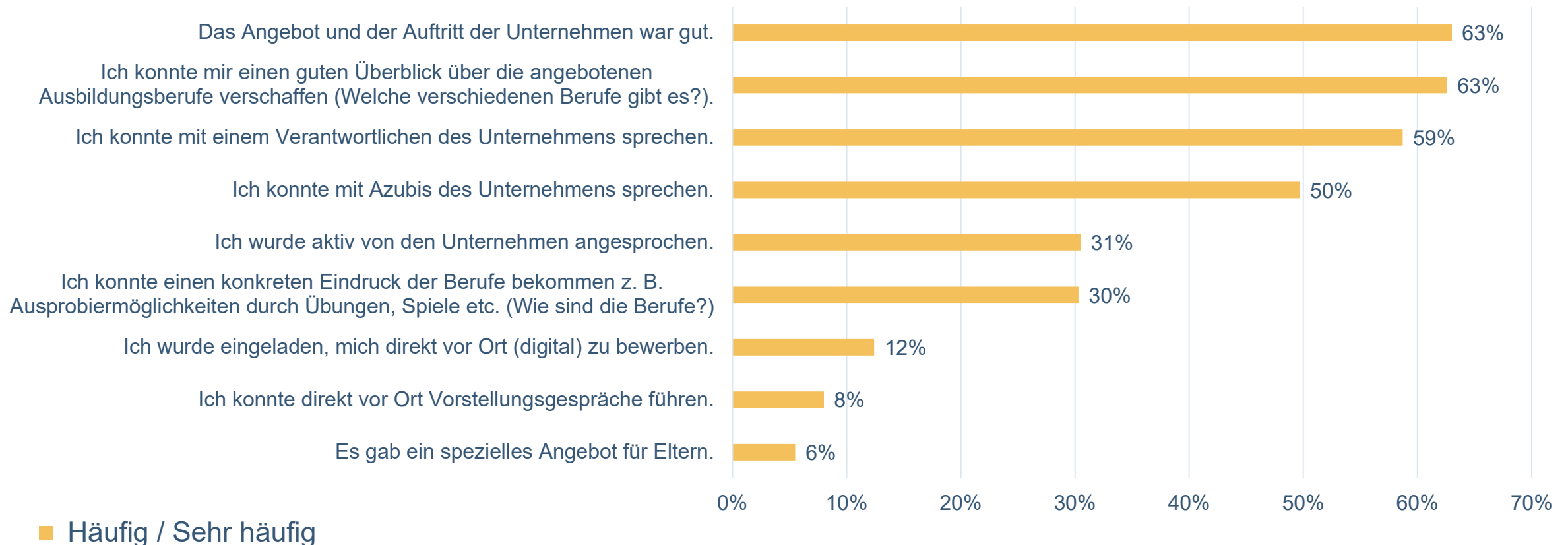
# Besuch von Jobmessen

„Warst du im Rahmen der Berufsorientierung auf einer Job- oder Berufsmesse?“



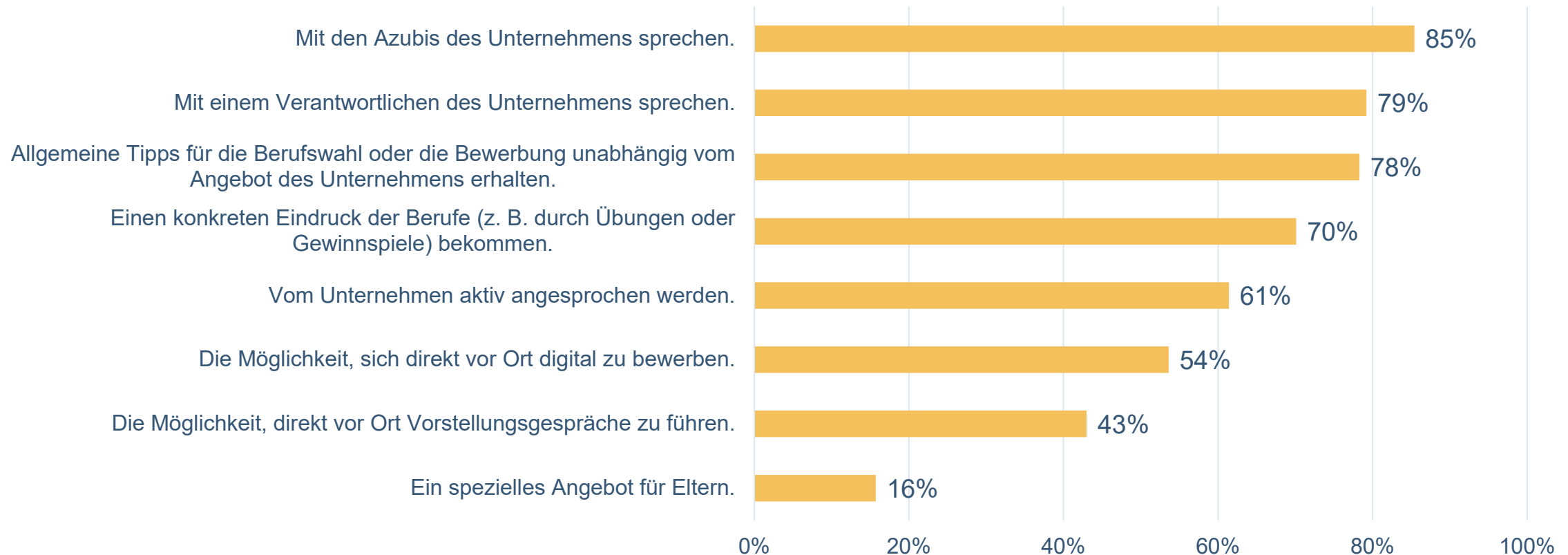
# Job- & Berufsmessen - Erfahrung

Welchen Eindruck und welche Erfahrungen hast du bei deinem Besuch von Job- bzw. Berufsmessen erhalten?



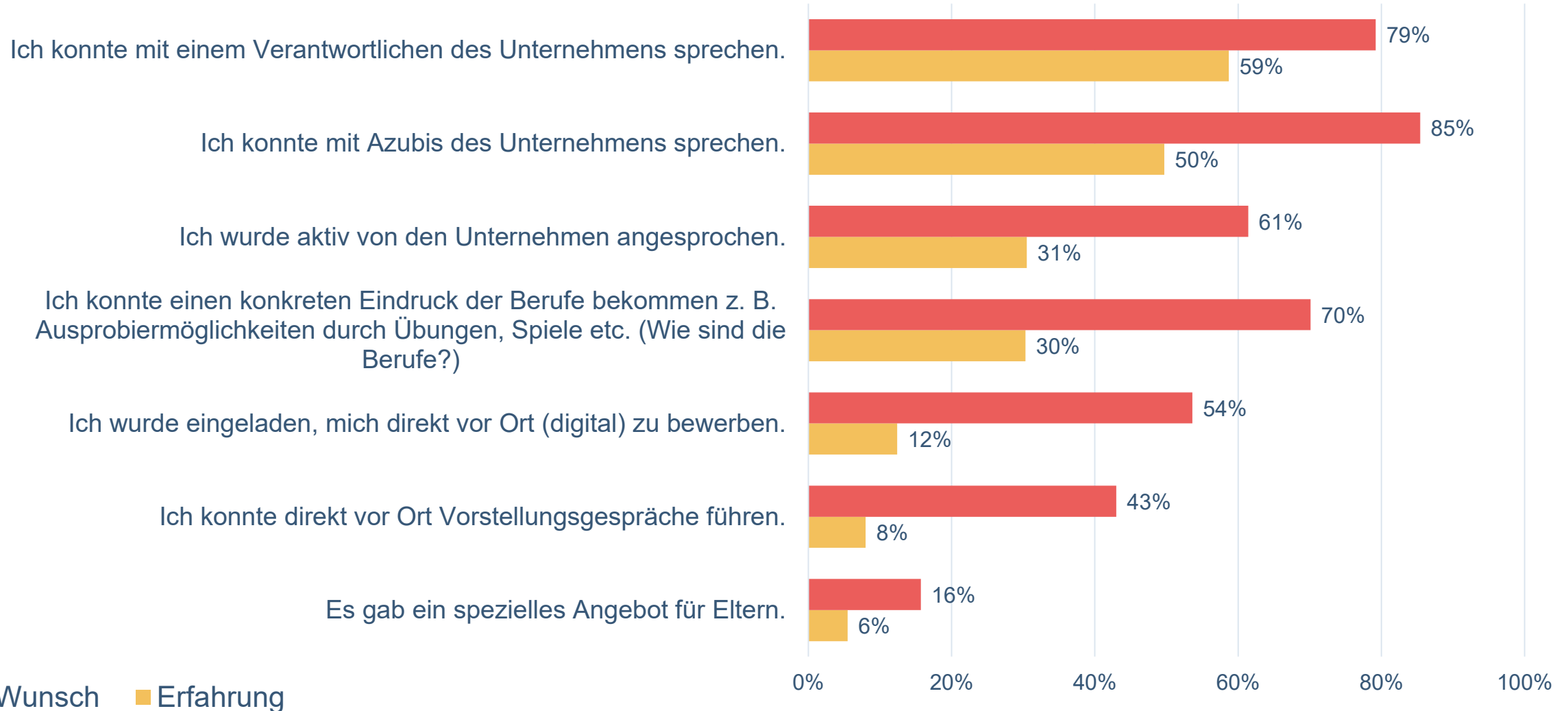
# Job- & Berufsmessen - Wunsch

„Wie wichtig findest du die folgenden Angebote von Unternehmen auf einer Job- oder Berufsmesse?“



■ Eher wichtig / Sehr wichtig

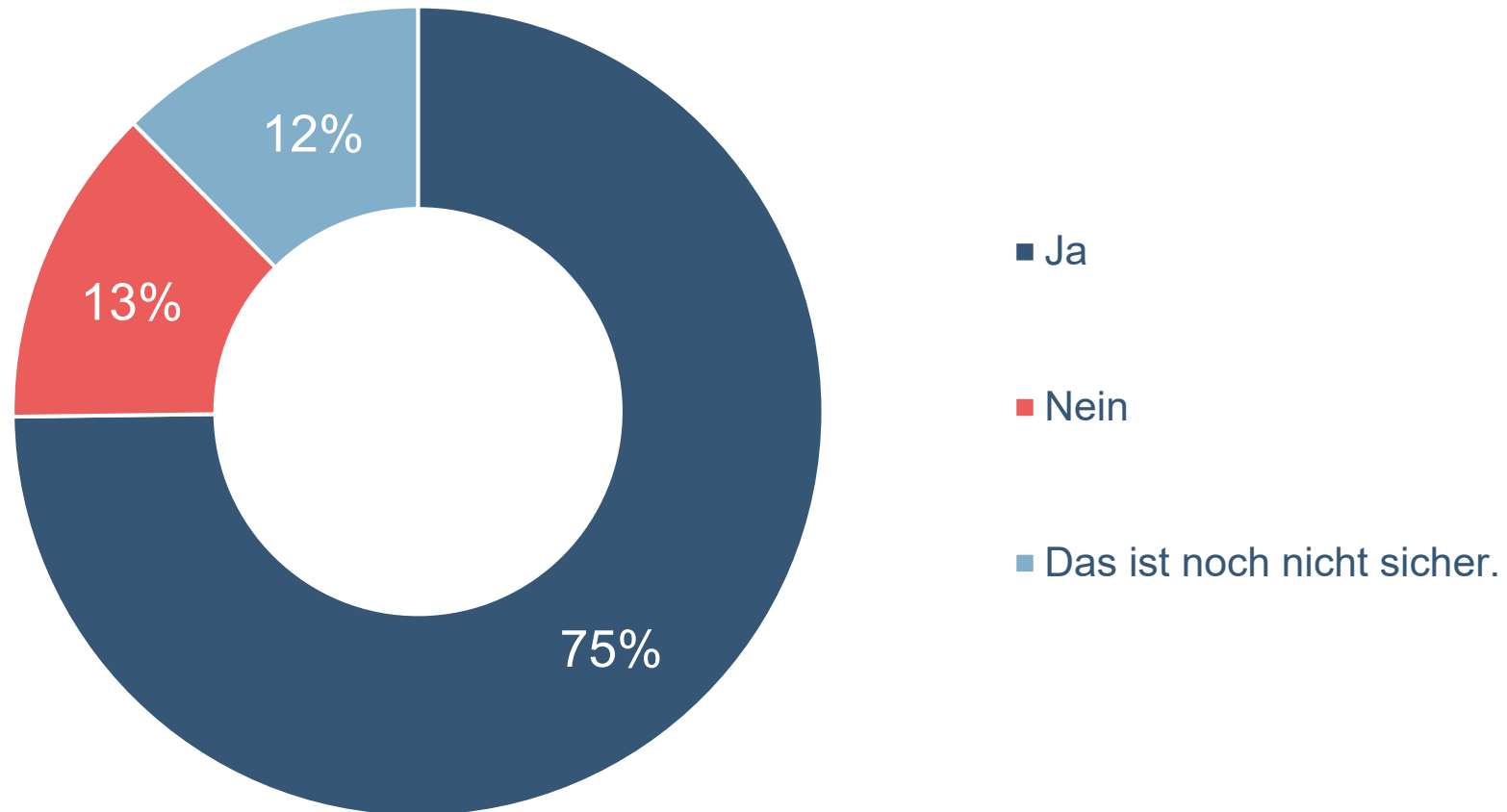
# Vergleich Wunsch & Erfahrung



■ Wunsch ■ Erfahrung

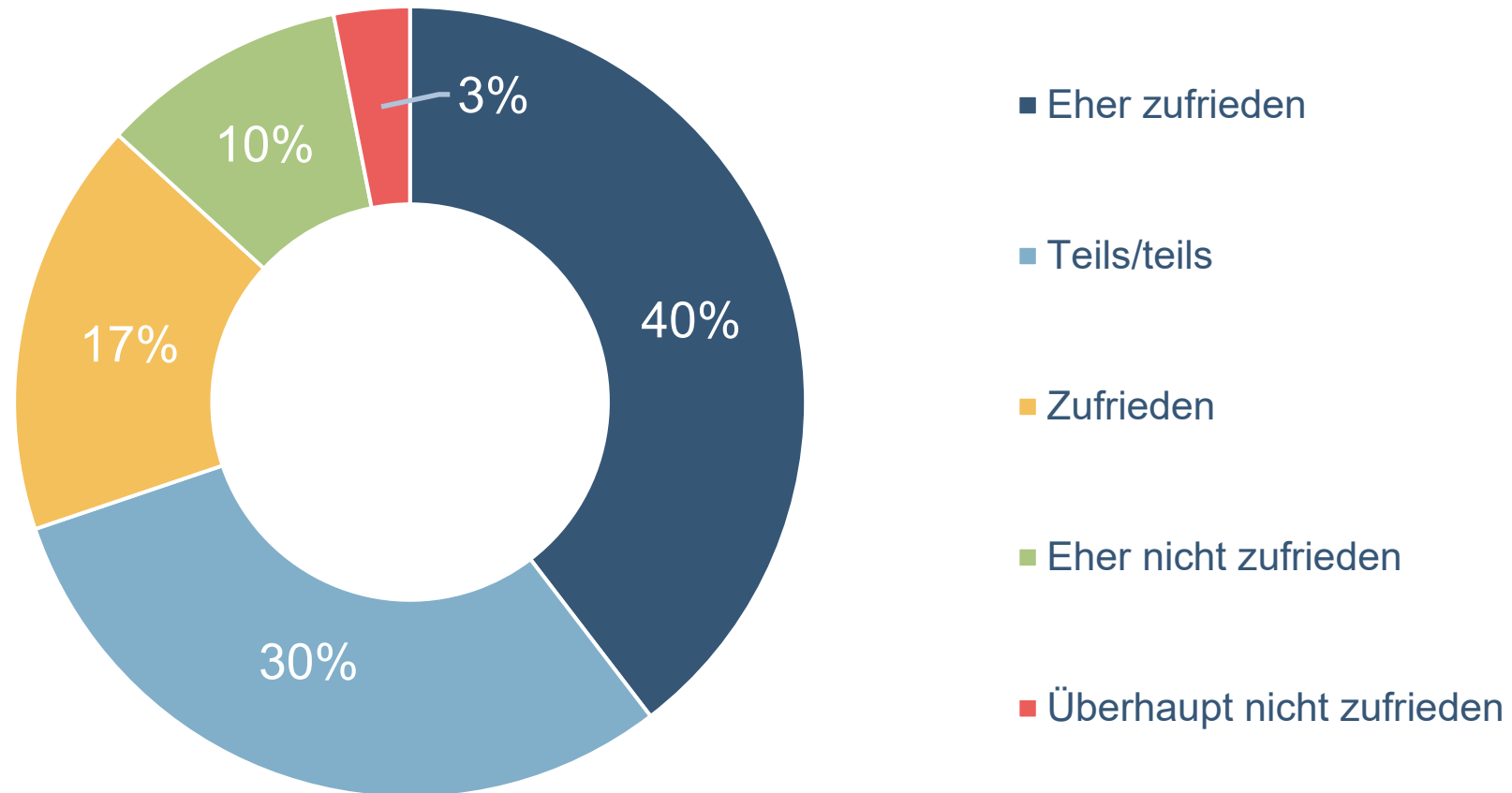
# Jobmessen Angebot

„Stellen Sie 2023 auf einer Job- oder Berufsmesse aus?“



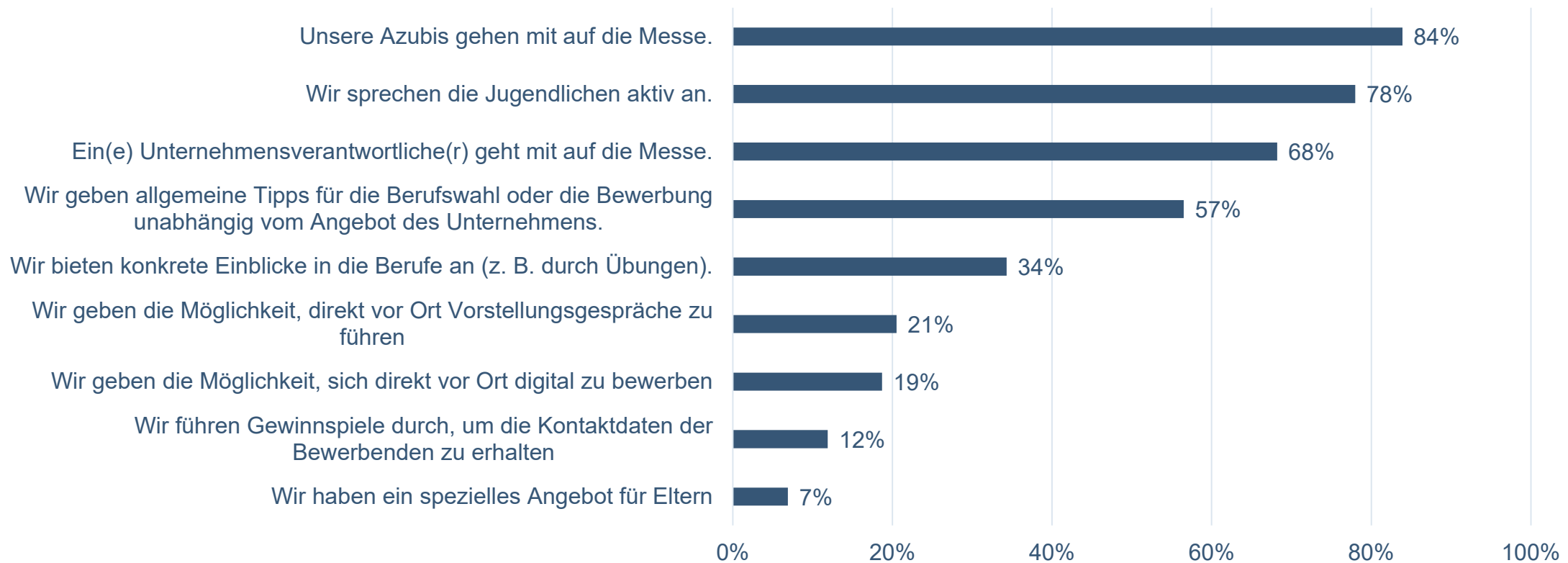
# Zufriedenheit Auftritt

„Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem eigenen Auftritt auf Job- oder Berufsmessen?“



# Angebot auf Jobmessen

„Wie präsentieren Sie sich auf den Job- oder Berufsmessen und was bieten Sie den Jugendlichen an?“

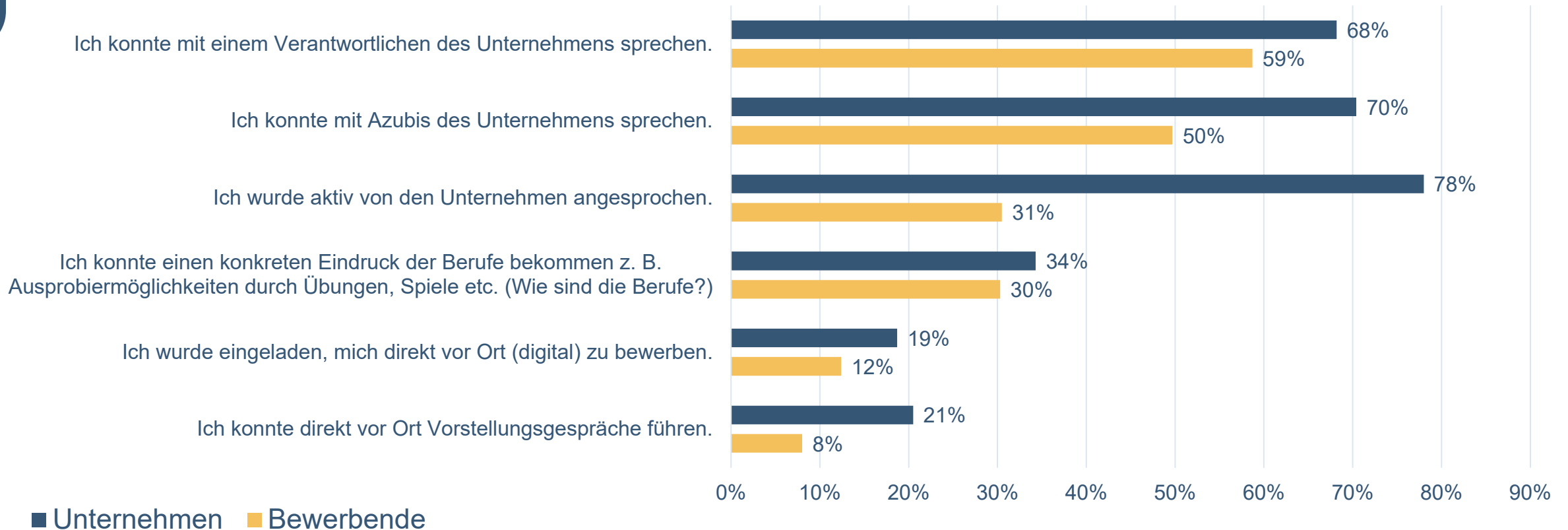


■ Oft / Sehr oft

# Job- & Berufsmessen - Vergleich

„Welchen Eindruck hast du bei deinem Besuch von Job- bzw. Berufsmessen erhalten?“

„Wie präsentieren Sie sich auf den Job- oder Berufsmessen und was bieten Sie den Jugendlichen an?“





# Arbeitgeberattraktivität – das Gesamtpaket muss stimmen!



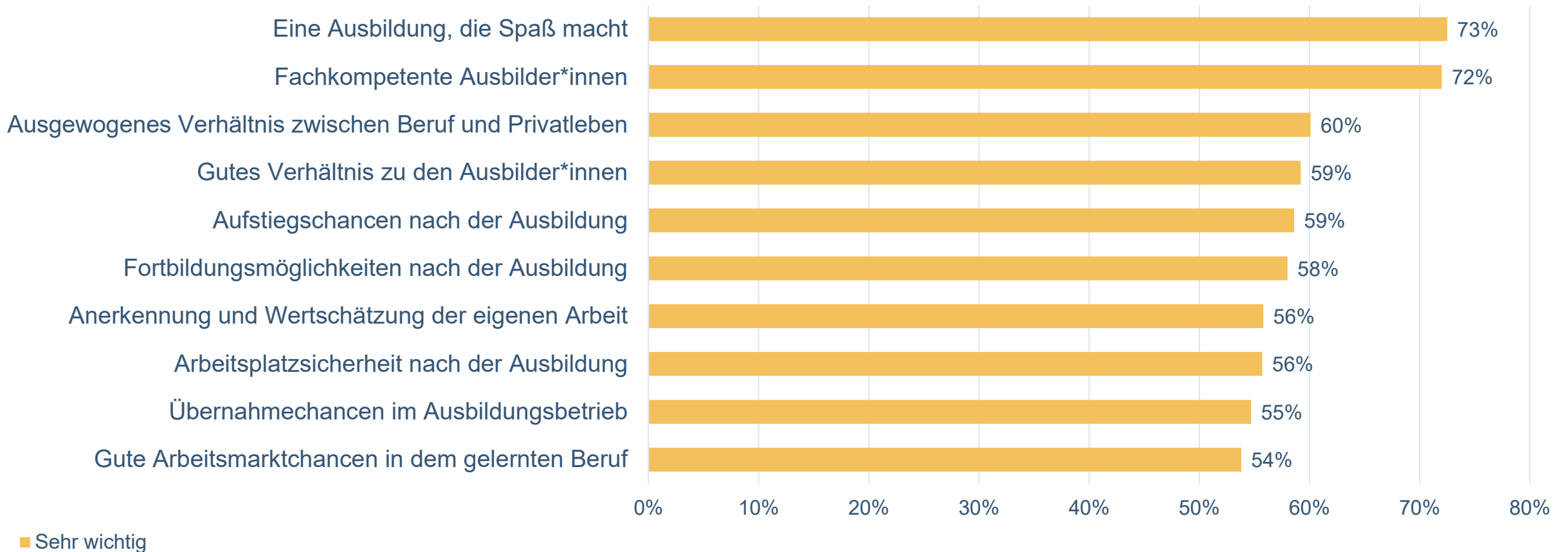
# Arbeitgeberattraktivität

*Die Arbeitgeberattraktivität beschreibt zum einen die Anziehungskraft und zum anderen aber auch die Bindungskraft. Ideal ist es, wenn Auszubildende nicht „nur“ wegen der attraktiven Ausbildung und den Rahmenbedingungen kommen, sondern auch nach der Ausbildung wegen den sachlich-funktionalen, aber auch den psychosozialen Nutzenargumenten bleiben. Getreu nach dem Motto: „Gekommen, um zu bleiben“.*



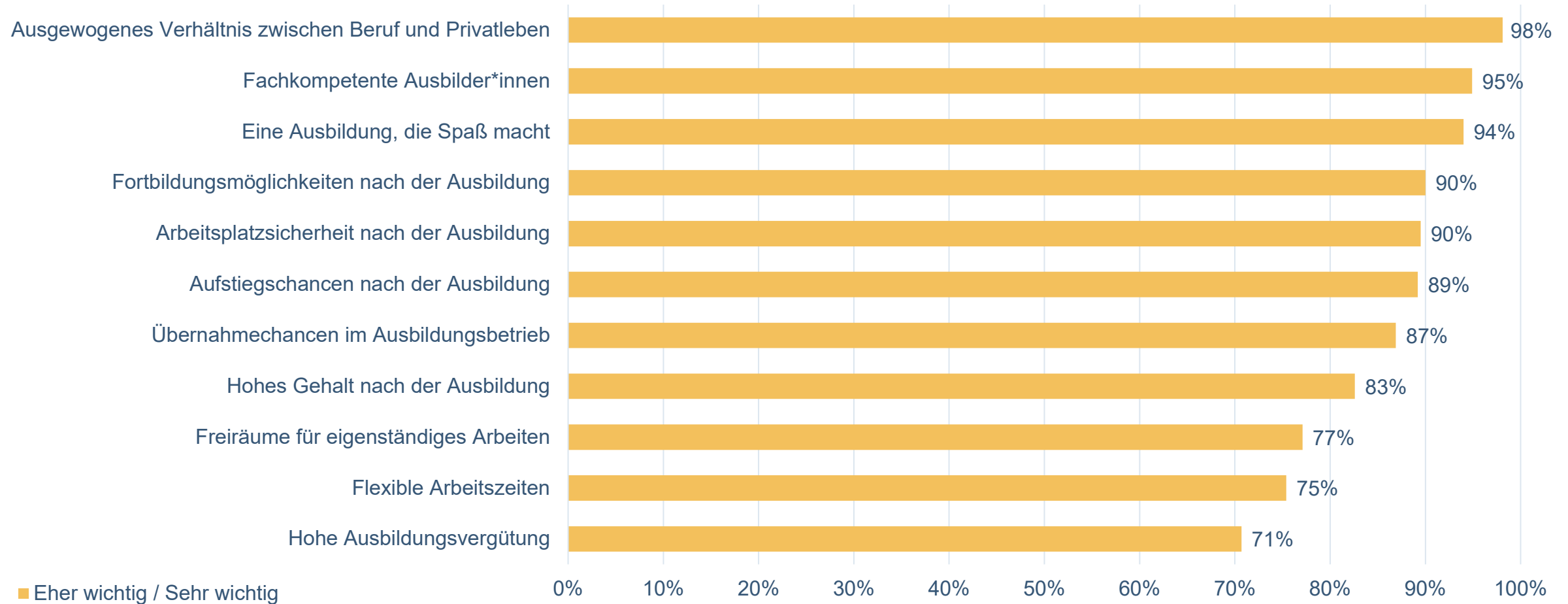
# Attraktivitätsfaktoren Top 10

„Wie wichtig sind dir bei einem Ausbildungsbetrieb folgende Punkte?“



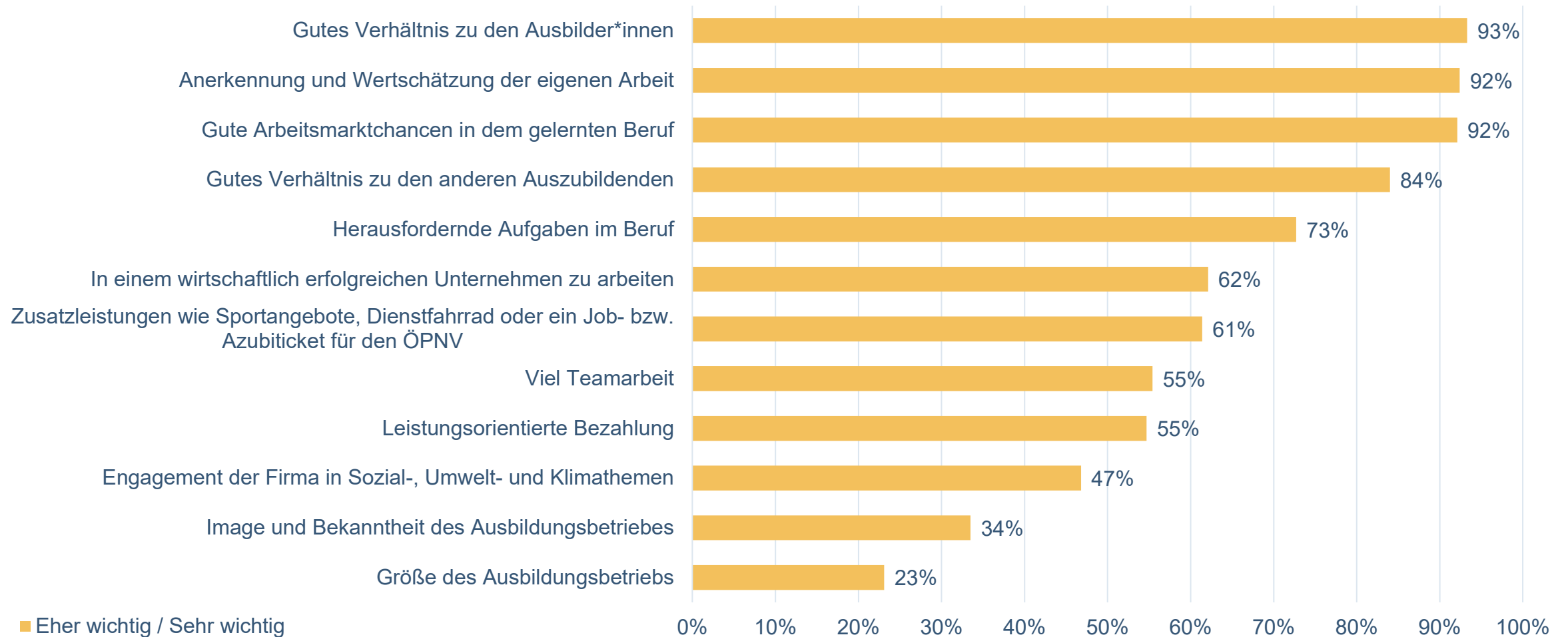
# Attraktivitätsfaktoren – Teil 1

„Wie wichtig sind dir bei einem Ausbildungsbetrieb folgende Punkte?“



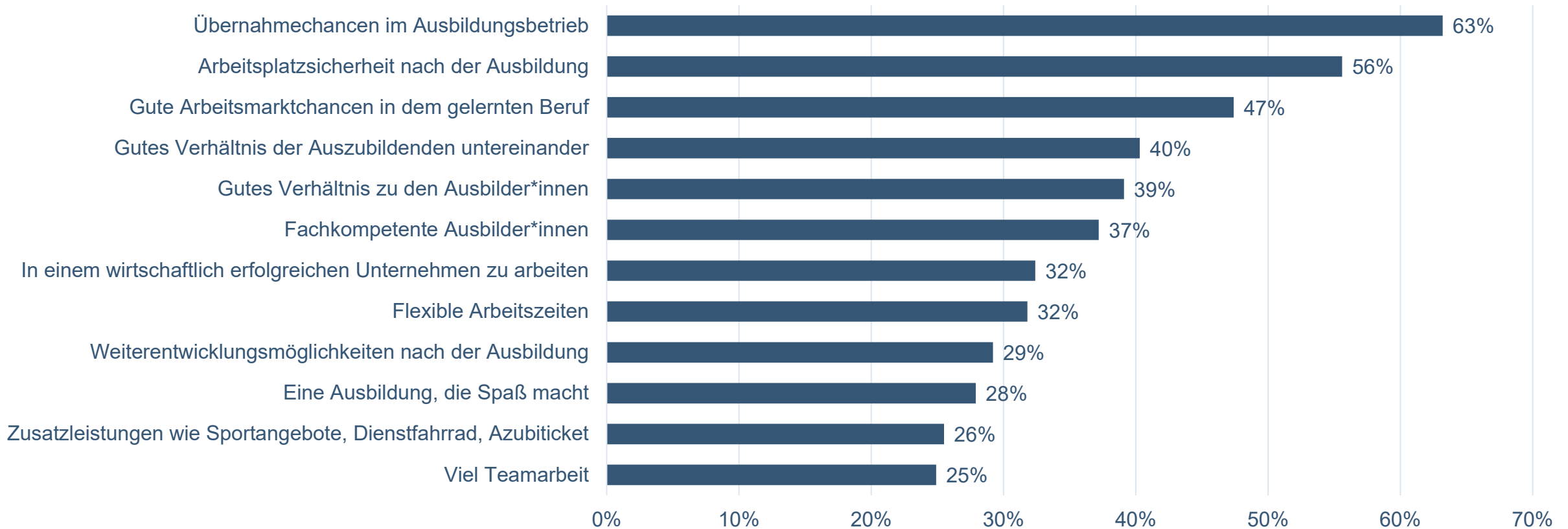
# Attraktivitätsfaktoren – Teil 2

„Wie wichtig sind dir bei einem Ausbildungsbetrieb folgende Punkte?“



# Attraktivitätsfaktoren – Top 10

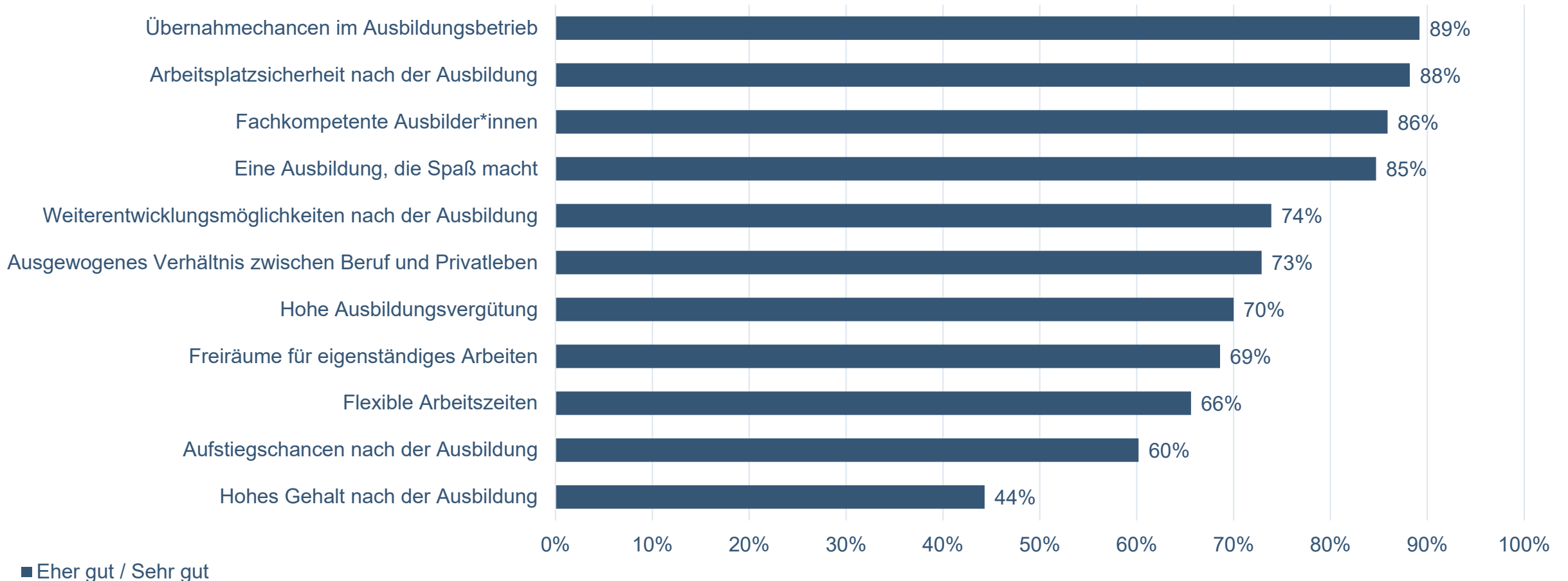
„Bitte bewerten Sie den Grad der Umsetzung der folgenden Punkte in Ihrem Unternehmen.“



■ Sehr gut

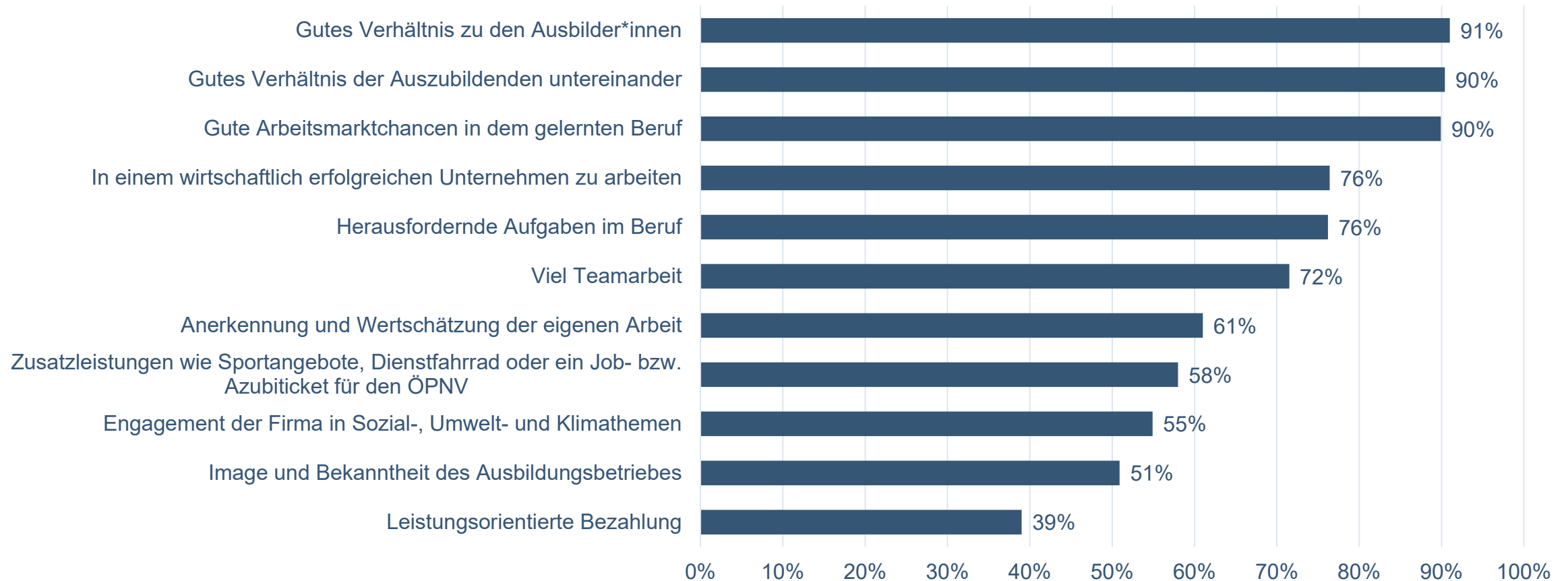
# Attraktivitätsfaktoren – Teil 1

„Bitte bewerten Sie den Grad der Umsetzung der folgenden Punkte in Ihrem Unternehmen.“



# Attraktivitätsfaktoren – Teil 2

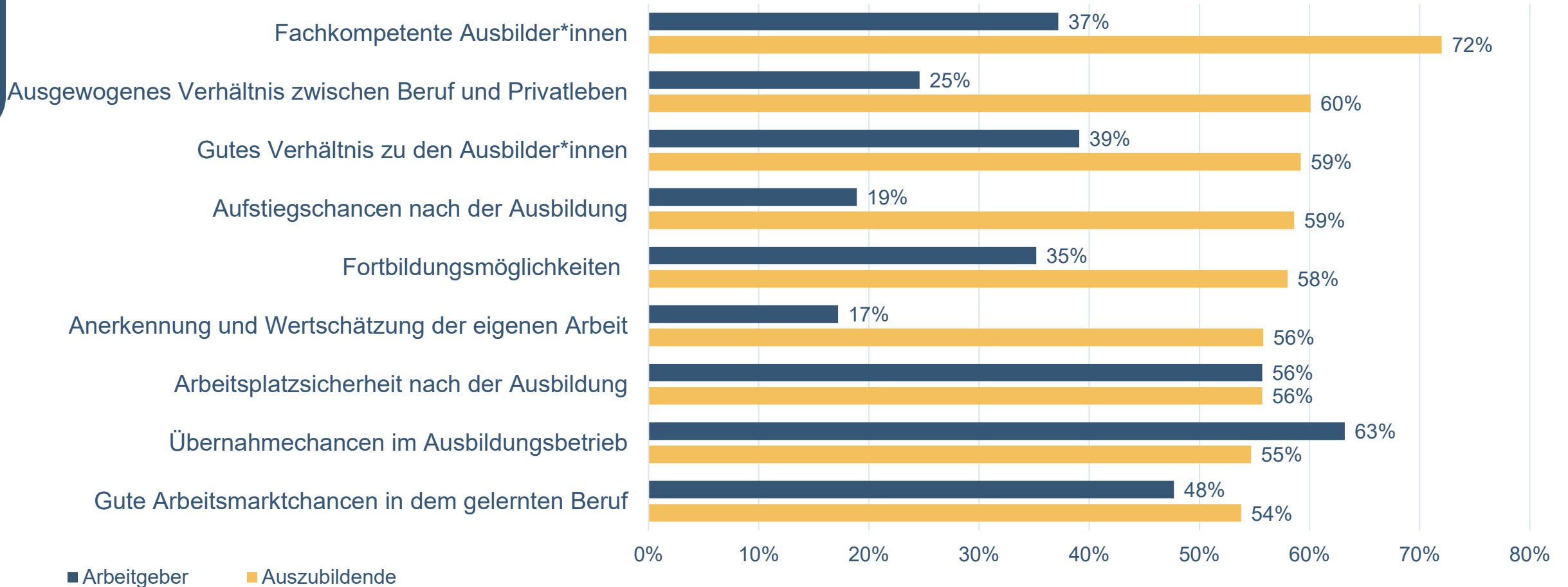
„Bitte bewerten Sie den Grad der Umsetzung der folgenden Punkte in Ihrem Unternehmen.“



■ Teils/teils / Eher gut / Sehr...



# Attraktivitätsfaktoren Vergleich





**Der Girls' und Boys'Day  
scheint bei einer  
„woken“ Generation  
aus der Zeit gefallen**

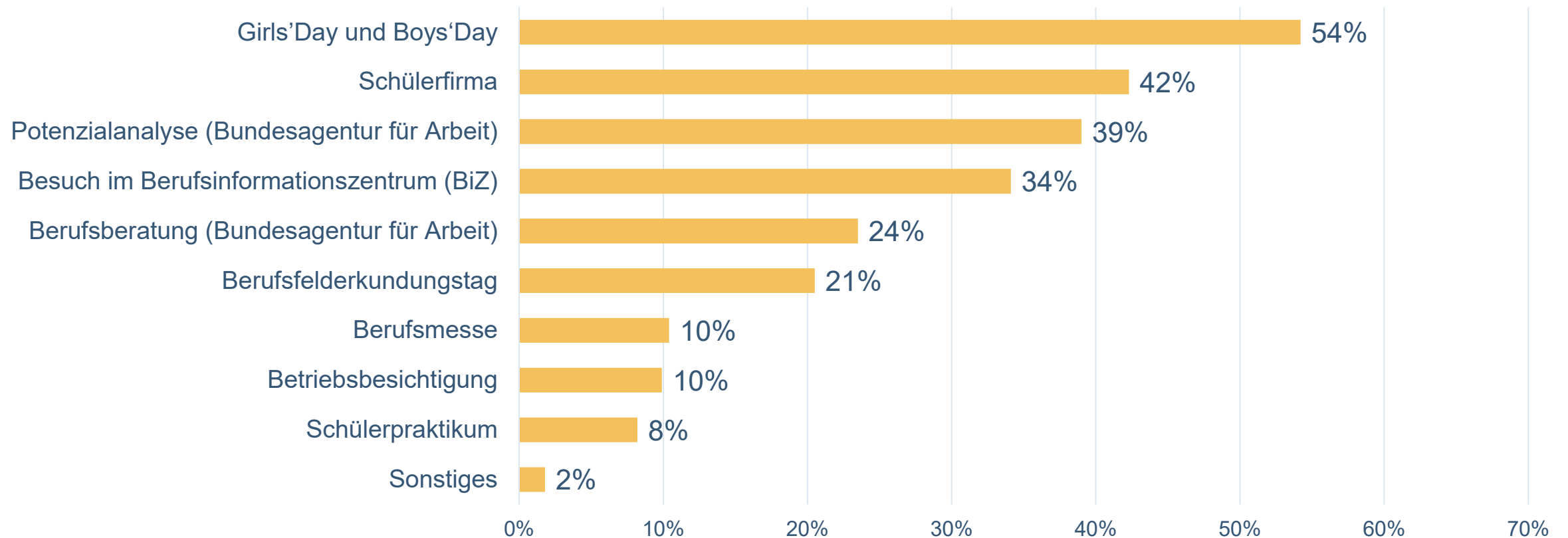
# Berufsorientierung

*Den Girls' Day gibt es seit 2001 und den Boys' Day seit 2011 und das Thema „Diversity“ ist bedeutender als jemals zuvor. Was aber, wenn mehr als jeder Zweite aus der Zielgruppe auf solche Tage verzichten könnte? Ist das vielleicht ein Indiz dafür, dass die Jungerwachsenen Diversität leben, ohne es nochmal besonders zu thematisieren? Ist wirkliche Diversität dann erreicht, wenn es kein Thema mehr ist, sondern eine Selbstverständlichkeit?*



# Orientierungsangebote

„Auf welche der folgenden Angebote zur Orientierung könntest du **verzichten**?“



# Pre- und Onboarding – Informationen dringend gesucht!



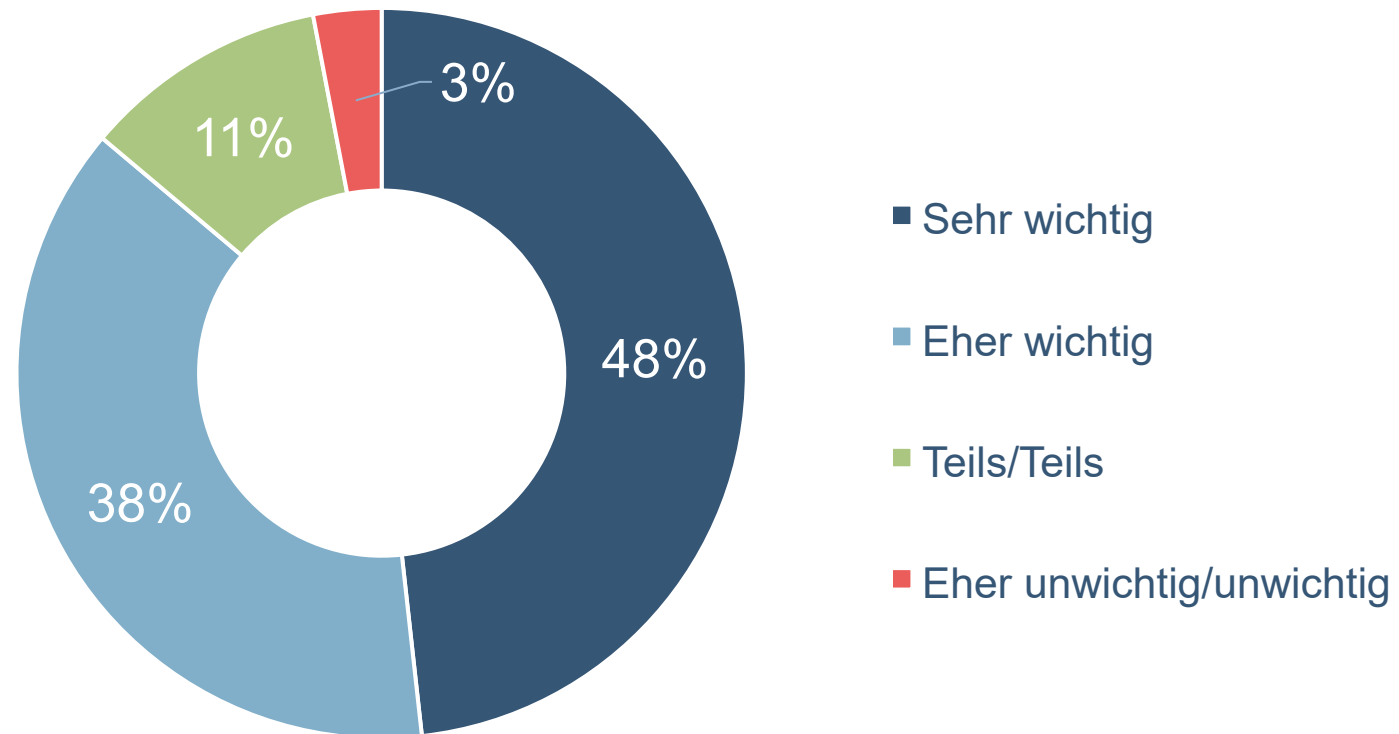
# Pre- und Onboarding

*Das, was sich die Azubis wünschen, um gut anzukommen unterscheidet sich zum Teil deutlich von dem, was Unternehmen bieten. Dabei sind es vor allem Informationen und Hilfestellungen für die ersten Schritte in die Ausbildung. Nichts, was bei Unternehmen großen Aufwand verursachen würde. Gute Informationen zum Ablauf und der Berufsschule, einen Buddy an der Seite und digitale Angebote aus der Lebenswelt der Azubis. Während Wunsch und Wirklichkeit deutliche Abweichungen zeigen, zeigt die erlebte Wirklichkeit der Azubis mit den Maßnahmen der Unternehmen hohe Übereinstimmungen.*



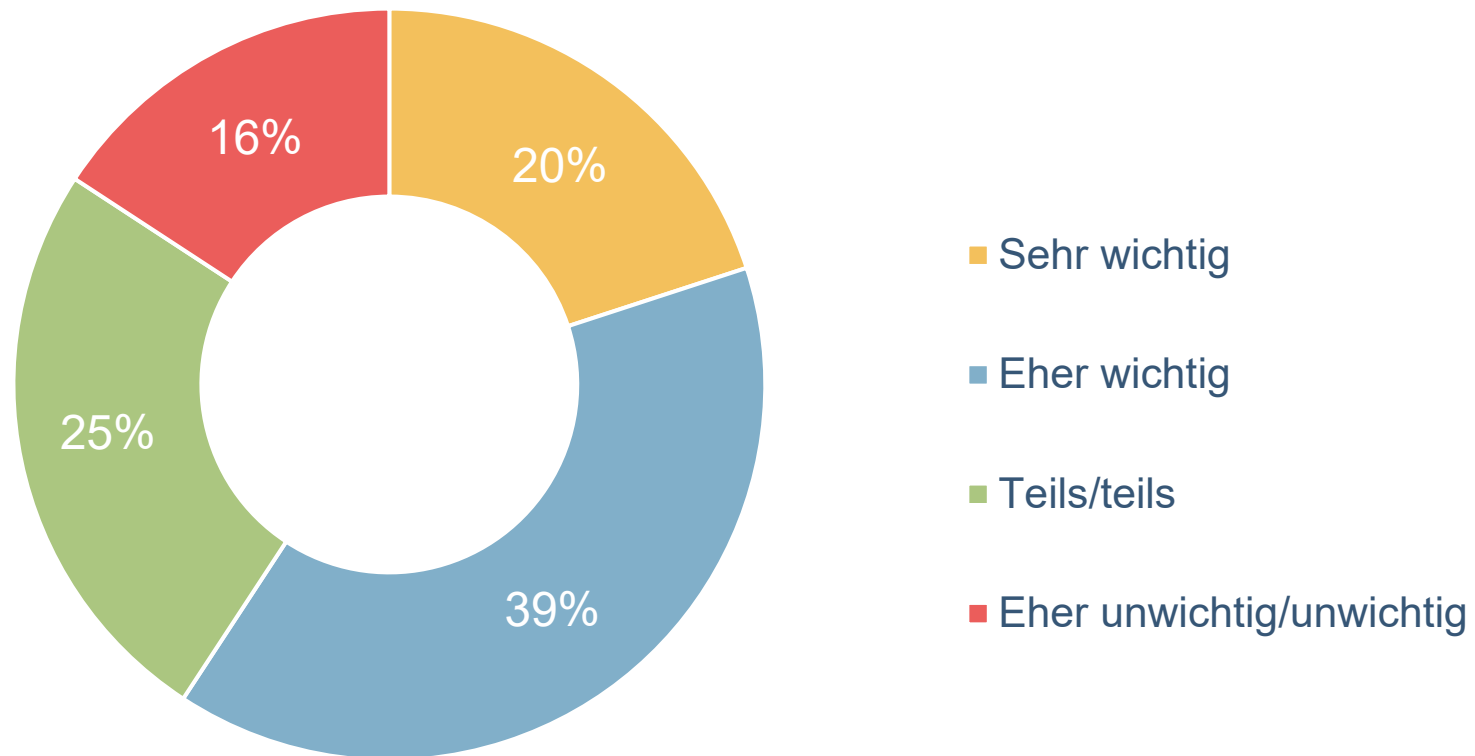
# Preboarding

„Zwischen der Zusage für einen Ausbildungsplatz und dem ersten Arbeitstag liegen oft mehrere Monate. Wie wichtig finden Sie es, vor Ausbildungsbeginn regelmäßig Kontakt zu den neuen Auszubildenden zu halten?“



# Preboarding

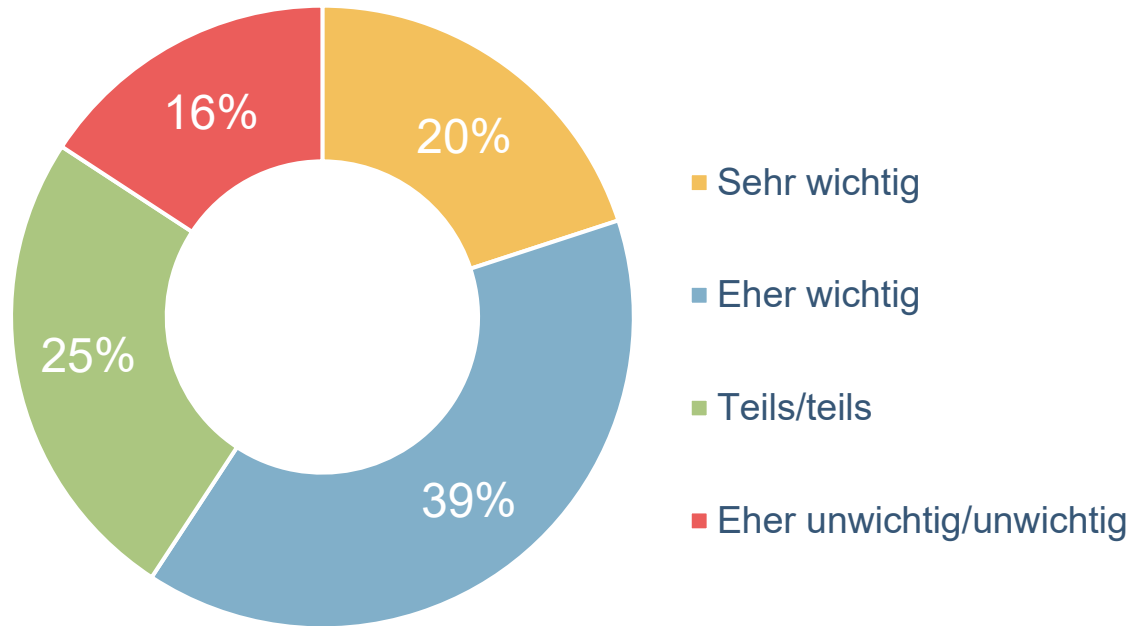
„Zwischen der Zusage für einen Ausbildungsplatz und dem ersten Arbeitstag liegen oft mehrere Monate. Wie wichtig findest du es, vor Ausbildungsbeginn regelmäßig Kontakt zu deinem Ausbildungsbetrieb zu halten?“



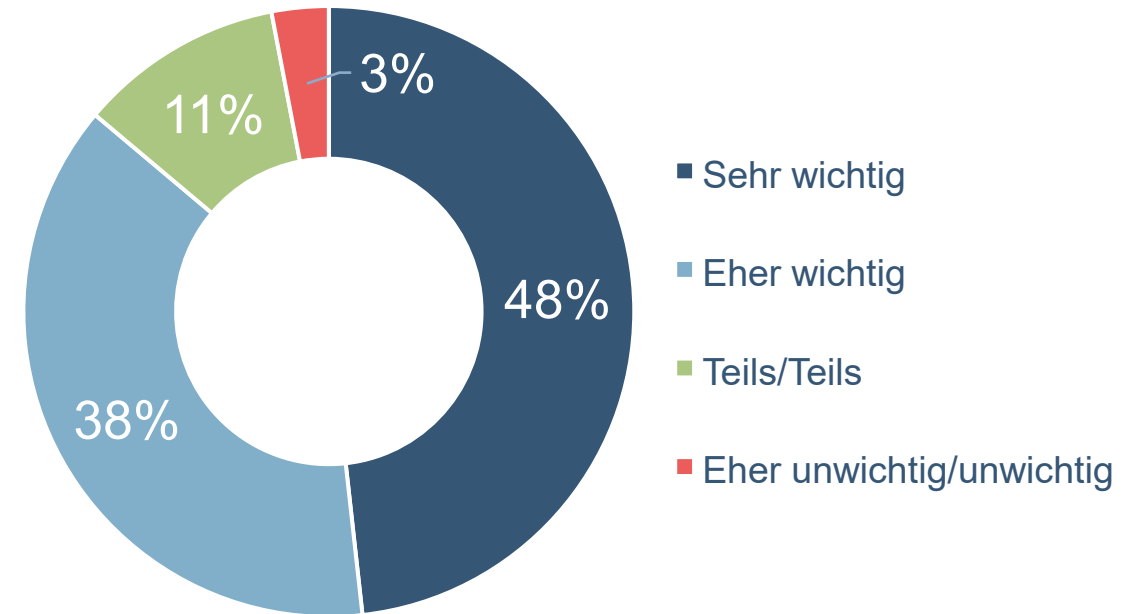


# Preboarding - Vergleich

## Bewerbende

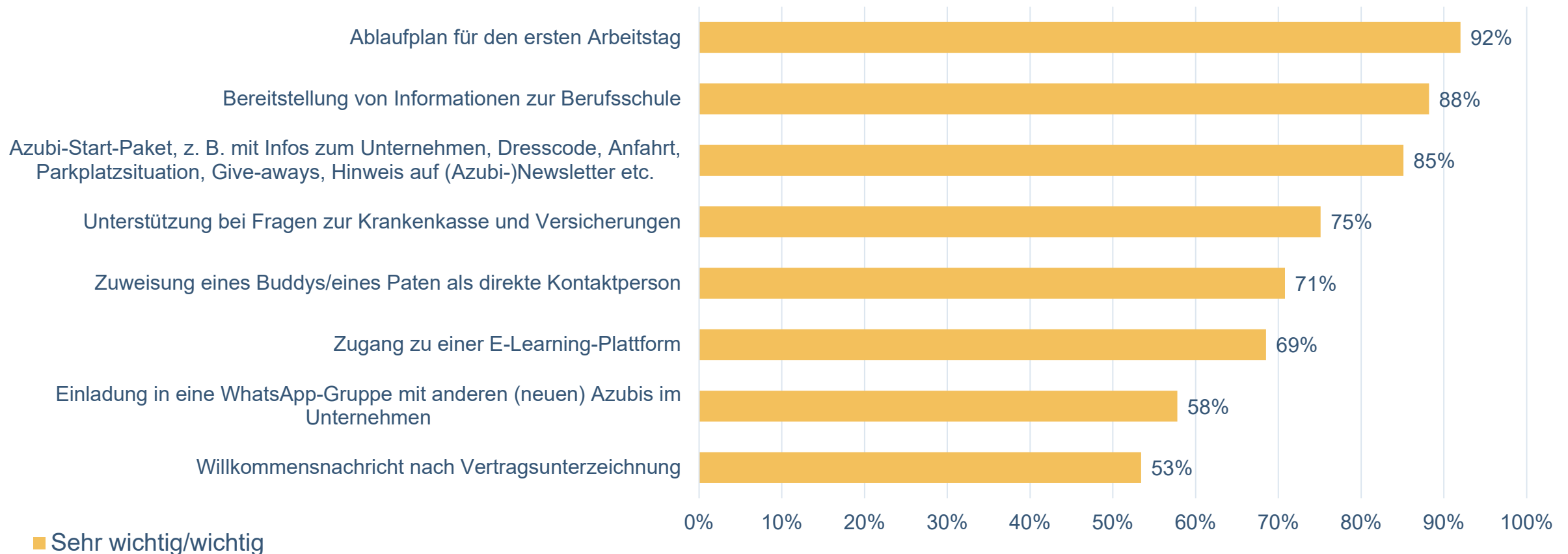


## Unternehmen



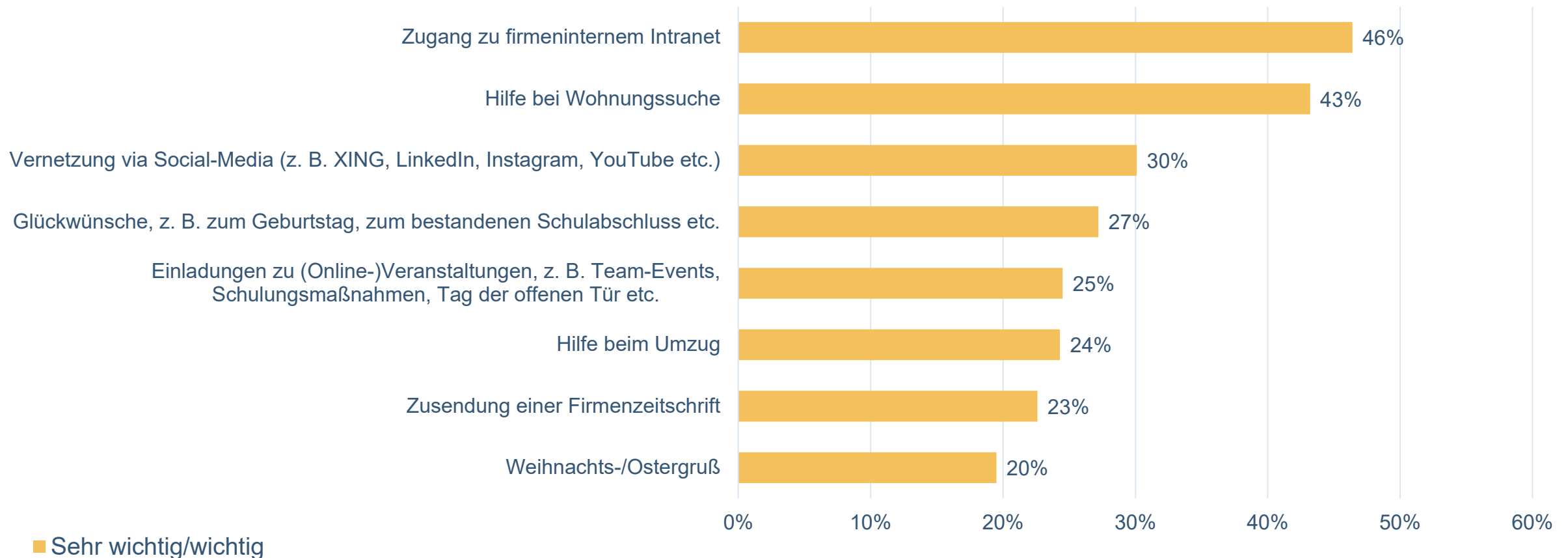
# Preboarding Wunsch – Top 8

„Wie wichtig sind dir die folgenden Maßnahmen für das Pre-Boarding (Phase zwischen Unterzeichnung des Ausbildungsvertrags bis zum ersten Arbeitstag)?“



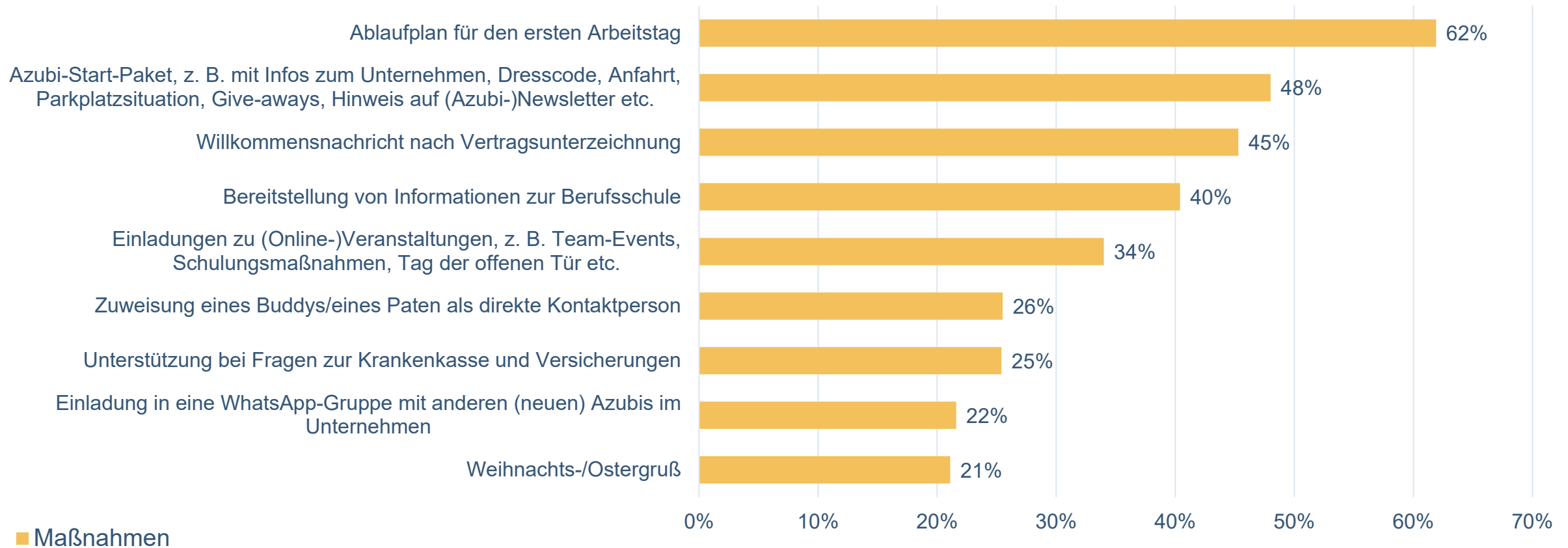
# Preboarding Wunsch

„Wie wichtig sind dir die folgenden Maßnahmen für das Pre-Boarding (Phase zwischen Unterzeichnung des Ausbildungsvertrags bis zum ersten Arbeitstag)?“



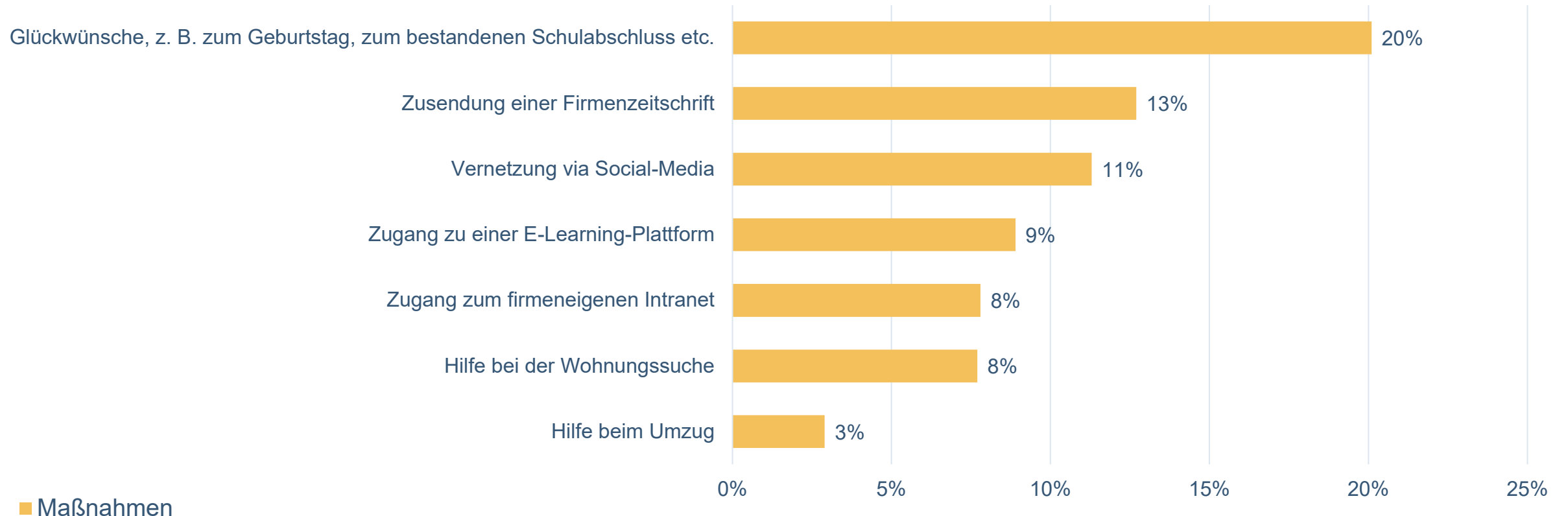
# Preboarding Erfahrung – Top 8

„Welche Maßnahmen zum Preboarding hat dein Ausbildungsunternehmen genutzt, um mit dir vor deinem ersten Arbeitstag in Kontakt zu bleiben?“



# Preboarding Erfahrung

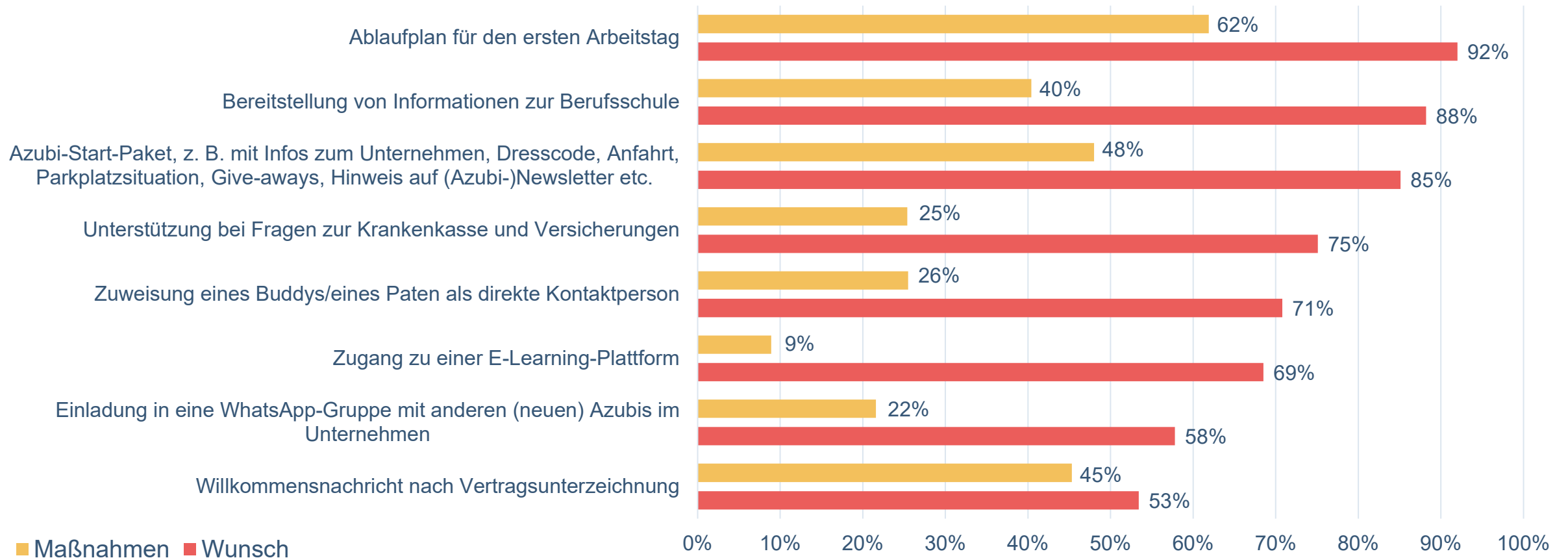
„Welche Maßnahmen zum Preboarding hat dein Ausbildungsunternehmen genutzt, um mit dir vor deinem ersten Arbeitstag in Kontakt zu bleiben?“



# Preboarding Wunsch /Erfahrung

„Wie wichtig sind dir die folgenden Maßnahmen für das Pre-Boarding...?“

„Welche Maßnahmen zum Pre-Boarding hat dein Ausbildungsunternehmen genutzt...?“



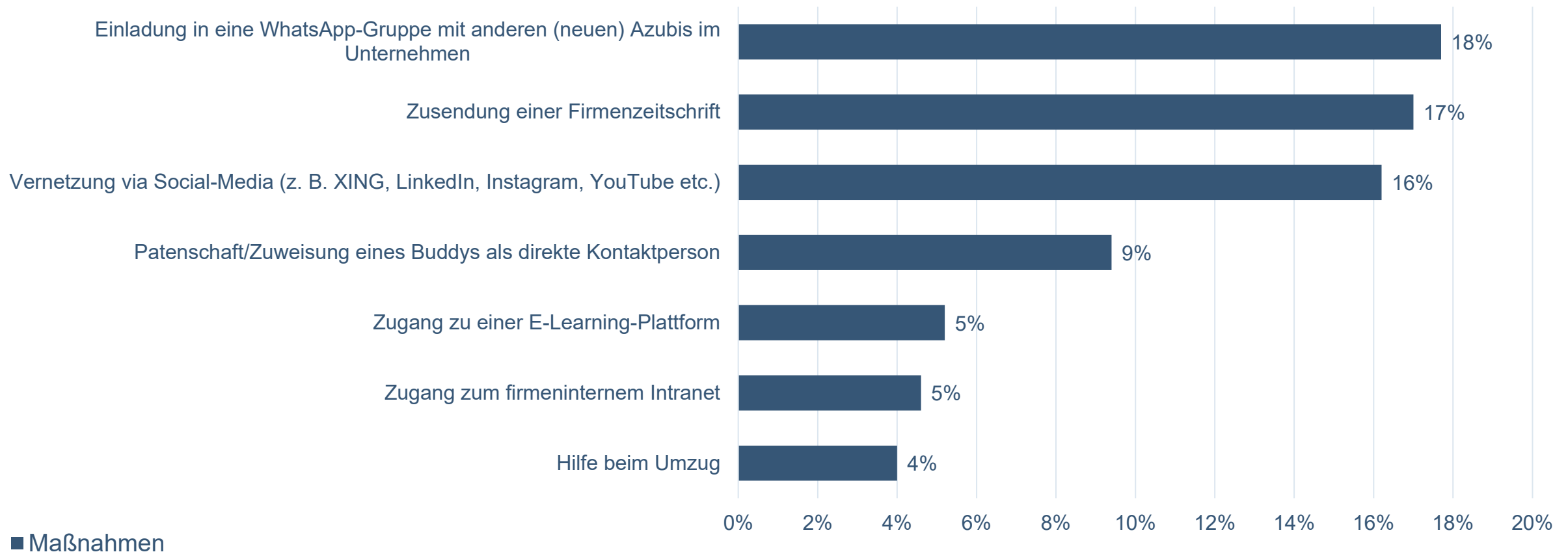
# Preboarding – Top 8

„Welche der folgenden Maßnahmen nutzen Sie für das Preboarding, um mit Ihren Auszubildenden in Kontakt zu bleiben und damit ein mögliches Abspringen zu vermeiden?“



# Preboarding

„Welche der folgenden Maßnahmen nutzen Sie für das Preboarding, um mit Ihren Auszubildenden in Kontakt zu bleiben und damit ein mögliches Abspringen zu vermeiden?“

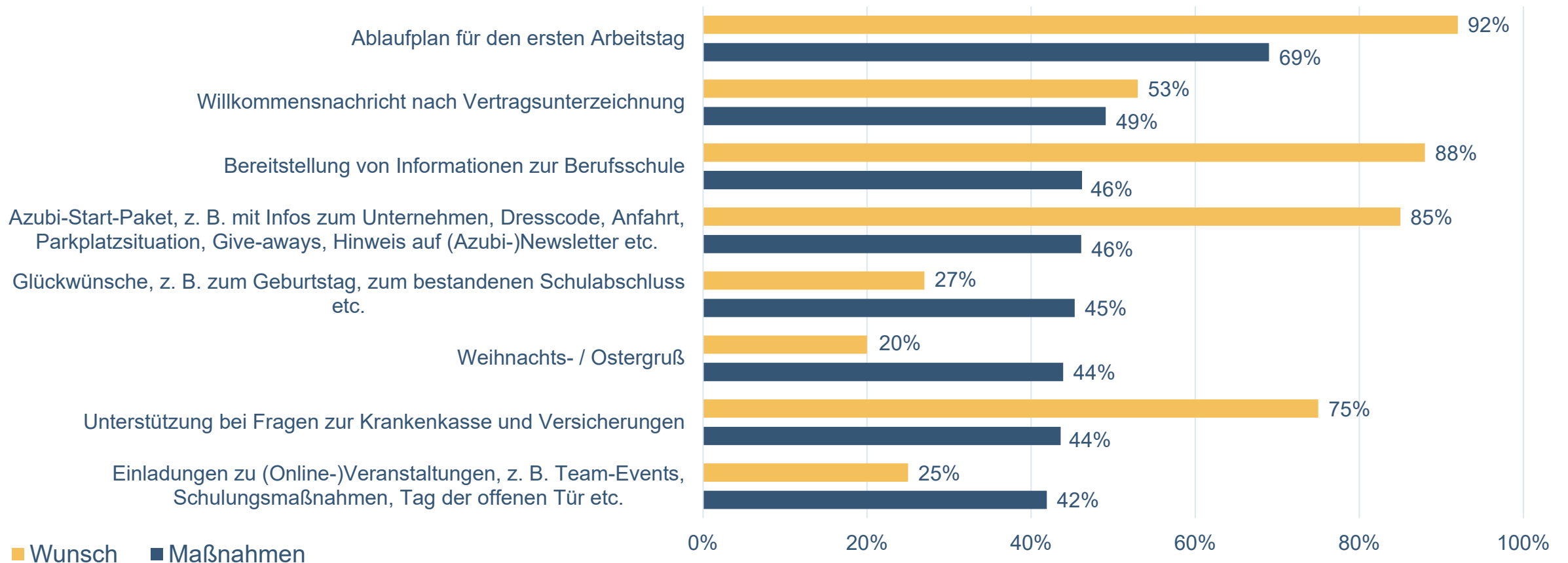




# Preboarding – Wunsch & Erfahrung

„Welche der folgenden Maßnahmen nutzen Sie für das Preboarding...?“

„Wie wichtig sind dir folgende Maßnahmen für das Preboarding...?“



**Mehr Tipps und  
Vorschläge von  
Azubis beachten.  
Und moderner  
werden.**

Genau das wollen wir machen: die Tipps der Azubis beachten. Deshalb habe ich für Sie in die Einträge der **Freitextfelder** geschaut. Über **2.000 Jugendliche** haben uns an ihren Gedanken für eine bessere Ausbildung teilhaben lassen. Klare Ansagen, wichtige Tipps, Kritik, spannende Ideen und lustige Kommentare.

Inhalte, Wortwahl und Grammatik haben wir unangetastet gelassen. Die teilweise abenteuerliche Rechtschreibung haben wir leicht angepasst, damit sie die Qualität der Aussagen nicht überschatten.

Den ein oder anderen Kommentar konnte ich mir nicht verkneifen 😊. Aber schauen Sie selbst. **Das Lesen lohnt sich.**

Viel Spaß dabei

Ihre  
**Felicia Ullrich**

# Kritik der Zielgruppe



Ich finde die Betriebe stellen sehr **hohe Anforderungen** und haben **veraltete Ansichten**. Die Ausbildungsverantwortlichen sind zu gefestigt auf das, was immer war und können mit neuen Situationen/Vorschlägen nicht umgehen. Die **Arbeitszeit ist nicht attraktiv**. Sie sollten flexibel zwischen 30-37h liegen. **39h ist veraltet** und nicht nützlich. Die Aufgaben sollten angepasst werden bzw. sollten überhaupt sinnvolle **ausbildungsfördernde Aufgaben** gegeben werden und nicht nur zum Zeit totschiessen.



Betrieben **antworten zu 99% nicht** auf eine Bewerbung oder sagen sie melden sich nach Prüfung der Bewerbung und danach melden die sich **nie wieder**



Die jeweiligen Ausbilder sollten sich **besser und intensiver** um die Auszubildenden kümmern. Dies war leider in meinem Ausbildungsbetrieb Fehlanzeige.



Seid mal freundlicher



Mich stört es, dass wir Azubis meistens nur als **billige Arbeitskraft** verwendet werden. Ohne angemessene Bezahlung. Wertschätzung gleicht keinen Stress aus, den ich auch mit nach Hause nehme. **Geld** bringt mich da eher weiter. Gerade zur aktuellen Zeit. Azubi Gehälter reichen nicht mehr aus!



# Tipps fürs Marketing

„  
*Werbt aktiv mit euren guten Qualitäten wie flexibler Arbeitszeit etc.*

„  
*Firmen müssen in Schulen **Präsenz** zeigen, Schulen müssen sich öffnen und Schüler und Betriebe müssen **aufeinander zugehen***



„  
*Ich finde, das Bewerbungsanzeigen umgedacht werden müssen. Die Zeitung kann man schonmal vergessen. Die Generationen nach uns sind auf **Social Media** aktiv. Ganz wichtig ist auch das Branding auf diesen Kanälen.*

1. *Ich sehe eine Werbeanzeige, die mir im Kopf bleibt.*
2. *Ich gehe auf den **Social Media-Kanal** und informiere mich über das Unternehmen*
3. *Ein **schneller Weg vom Social Media-Kanal zur Bewerbungsplattform** ist wichtig.*
4. *Ein schneller Bewerbungsprozess, in dem die Person und **nicht der Lebenslauf** wichtig ist sind heute relevant.*





*Nicht zu **KRASS** auf **Cool** und modern achten. **Slang Wörter**, wie **cringe** oder so sind zwar lustig aber nicht weiter wichtig. Lieber einen Slogan, der im Kopf bleibt, wo z.B. **ein Wort spiel** drin ist und man darüber **nachdenken** muss*



*Wo er recht hat... 😊*



***Innovativ denken** - Social Media nutzen und mal etwas anderes wagen!!*



*Wenn dann aber richtig. Tipps fürs Social Media Recruiting gibt es in unserem **kostenlosen Impulse Webinar**. Hier einfach anmelden.*

[testsysteme.de/seminare/webinar-social-media-recruiting](https://testsysteme.de/seminare/webinar-social-media-recruiting)



# Tipps für den Bewerbungsprozess

”

Die Ausbildungsbetriebe sollten sich **regelmäßig** bei den Azubis **melden**, um wichtige Informationen **rechtzeitig** weiterzugeben, die für den Verlauf der Bewerbung **notwendig** sind.

”

Schade, dass das immer noch gesagt werden muss:

Ich möchte euch ans Herz legen, bitte bei einer Absage auch **wirklich abzusagen**.

”

”

**Freundliches Auftreten** ist das A. und O.



”

*Offenheit über Bewerbungsstatus, kurze Entscheidungsdauer, freundlicher Umgang, Bewerbungsgespräche persönlich halten und nicht auf Wissen abzielen (Wissen soll man erlernen, manche erwarten aber schon umfassendes Wissen im Bewerbungsgespräch)*

”

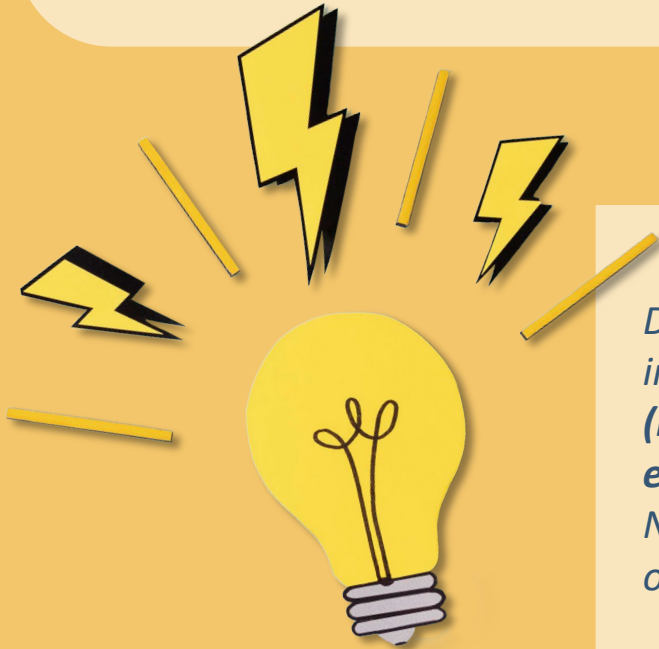
*Keine **veralteten Fragen** wie: warum haben sie sich ausgerechnet bei uns beworben.*

*Recht hat sie. Die Frage sagt nichts über Eignung aus und dient nur dem **eigenen Ego**. Ob sie ehrlich beantwortet wird, sei mal dahingestellt.*

”

”

*Die Bewerber sollten einen **großen Einblick** in das Unternehmen bekommen (**Probearbeiten, Mitarbeiter kennenlernen, erste Aufgaben vorgestellt bekommen,...**). Nur so können die Bewerber entscheiden, ob sie sich die Ausbildung vorstellen können.*







Die Bewerbungen werden oft sehr lange in den Firmen **gelagert**. Eine Antwort auf Bewerbungen kommt oft erst **spät**, ich hatte schon viele Firmen die **gar nicht** erst **geantwortet** haben, ob die Bewerbung **überhaupt** angekommen ist. Sowas kann die Lust am Bewerben nehmen. Freunde und Bekannte hatten ähnliche Probleme. **Updates** zu unseren Bewerbungen wären toll.

**Kurz gesagt:** Schnellere Antworten und bei Ablehnung auch den Grund der Ablehnung.

”

Ich finde, der Test war super, andere Tests hingegen sind nicht so der Burner.

Danke, für das Kompliment. Interesse an dem „super Test“? Unter [shrtnr.link/demoaccount/](https://shrtnr.link/demoaccount/) können Sie einen Demo-Account anfordern.

”



”

Am besten bei Bewerbungsgesprächen den Bewerbern am Ende z.B. noch **ein paar Fakten** über die Ausbildung oder das Unternehmen an sich erzählen (**Vergütung, Urlaub, Arbeitszeit, Ausstattung**) um die Bewerber für das Unternehmen zu **Begeistern** und ihnen die **Entscheidung einfacher** zu machen. Man sollte Fragen stellen, die man auch versteht und **realistisch** sind.

**WIE**

”

**WESHALB**

**Offenheit** und ein Blick für Bewerber, welche vielleicht **nicht das beste Zeugnis** oder die **idealen Noten** für den Ausbildungsberuf mitbringen. Es sollte stattdessen mehr Wert auf **Einstellungstests** und einen **geschulten Blick für Potential** gelegt werden.

**WAS**

**WIE VIEL**

Nein, wir haben den nicht bestochen 😊

”

Es ist wichtig, **offen und transparent** mit Azubi-Bewerber\*innen zu kommunizieren und ihnen **alle wichtigen Informationen** über die Ausbildung und die Anforderungen des Unternehmens bereitzustellen. Auch das **Feedback**, es ist wichtig, Azubi-Bewerber\*innen regelmäßiges Feedback zu geben, um ihnen zu helfen, ihre Fähigkeiten und Kenntnisse zu verbessern und sich auf **die nächste Phase des Auswahlprozesses** vorzubereiten.

**WER**

**WO**

**WANN**

”

*In Vorstellungsgesprächen **keine Fragen über die Firma** stellen, welche vor Beginn der Ausbildung eher nicht beantwortbar sind. Sich mit den Azubi-Bewerber\*innen im Gespräch auf einer **Augenhöhe** befinden. **Weniger Wert auf Stärken und Schwächen** legen, da viele Personen diese erst nach richtigem Arbeiten herausfinden.*

*Bei Fragen zu Stärken und Schwächen wird sowieso gerne gelogen oder auf klassische Antworten aus dem Internet (der Perfektionismus als Schwäche) zurückgegriffen.*

”



”

*Tipps für gute Bewerbungsprozesse gibt auf unserem YouTube Kanal [youtube.com/@uformTestsysteme](https://youtube.com/@uformTestsysteme) und in unseren kostenlosen Webinaren:*

[testsysteme.de/seminare](https://testsysteme.de/seminare)





Ich wünsche mir, dass Unternehmen ganz gleich welcher Branche, **zunehmend ihr Recruiting verändern**, um junge Menschen zu erreichen. Im digitalen Zeitalter fühlen sich viele von ihnen **nicht angesprochen**, wenn die Vermittlung von Informationen zum Ausbildungsberuf über tradierte, um nicht salopp zu sagen „**eingestaubte**“ **Formen** erfolgt. Gerade in Handwerks- und Industrierberufen ist es mMn der falsche Weg, zu versuchen das Interesse eines jungen Menschen hauptsächlich über die eigenen Produkte und den Ruf des Unternehmens zu erreichen. Zielgerichteter wäre es, wenn man sich **dynamisch** und vor allem **offen gegenüber der aktuellen Generation** zeigt, dabei jedoch authentisch bleibt, sodass einem/einer Bewerber\*in vermittelt wird, dass Sie oder Er **wirklich gebraucht wird** und der Arbeitgeber bereit ist, sich auf diese Menschen und ihren Charakter **einzulassen**.

Was mir jedoch ebenso am Herzen liegt, ist die **Veränderung des Images einer Ausbildung im Vergleich zu einem Studium**. Man kann heute ohne Übertreibung sagen, dass Schüler\*innen das Gefühl einer **Zwei-Klassen Gesellschaft** vermittelt wird. Nicht nur die Statistiken beweisen, dass sich Menschen mit allgemeiner Hochschulreife in der Mehrheit für einen akademischen Bildungsweg entscheiden und man **oft belächelt** wird, sobald man sich für eine **Berufsausbildung** entscheidet. Die letzten Jahrzehnte standen unter dem Licht einer **zunehmenden Akademisierung** junger Menschen, ganz gleich, ob die eigentlichen Potenziale und Vorstellungen in andere Richtungen zeigten. Das Motto: „**Wer schreibt der bleibt**“ ist zum Narrativ geworden. Wir sehen aber, dass ein „**weiter so!**“ zur Folge hat, **den Fachkräftemangel zu verstärken**. Es darf nicht sein, dass die finanzielle Schere in Bezug auf Vergütungen von körperlicher Arbeit im Rahmen einer Anstellung gegenüber wissenschaftlichen Tätigkeiten zunehmend vergrößert. Dieses Umdenken **muss beim Arbeitgeber stattfinden**, jedoch schon in der Kindererziehung beginnen. Oft sind es Eltern, die ihre Sprösslinge auf einen Weg in ein Studium vorbereiten, obgleich der Gewissheit, dass unsere Wirtschaft nur fortbestehen kann, **wenn Menschen sich weiterhin körperlich an dieser beteiligen**.

**WOW** - besser hätten wir es kaum sagen können

# Tipps fürs Onboarding

*Eine hilfreiche Unterstützung bezüglich der Vorbereitung auf die Ausbildung. Beispielsweise, Tipps zur Kleidung oder andere Tipps für **den ersten Tag im Betrieb.***



- **Gute Organisation** des ersten Ausbildungstages
- Equipment **bereitstellen**
- **Kontaktherstellung** zu anderen Azubis



*Crash-Kurs Tage zur Vorbereitung, um den Beruf kennenzulernen (Wochenende/Ferien)*

*Eventuell einen Schnuppertag/ Kennenlerntag/ Rundgang vor dem ersten Arbeitstag – **Behandlung auf Augenhöhe***



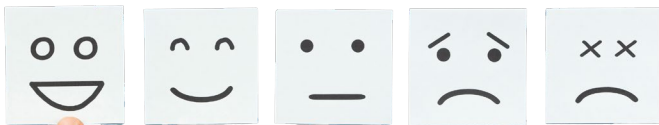


# Tipps für die Ausbildung

***Ehrlichkeit!** Auch der Azubi muss immer wissen, wo er gerade steht.*

*Feedback, so wichtig. Ganz einfach planen und organisieren mit dem Feedback-Tool im Azubi-Navigator*

[testsysteme.de/ausbildungsmanagement](https://testsysteme.de/ausbildungsmanagement)



*Damit ein Azubi gute Arbeit leisten kann, muss man sich gelegentlich auch um **sein privates Wohlergehen** kümmern. Privat- und Berufsleben müssen zwar getrennt werden, aber jeder hat Probleme, die er einfach mal mit sich schleppt, besonders jemand, der zum ersten Mal in das Berufsleben einsteigt. Das private Wohlergehen jedes Menschen ist **wichtig** und nicht nur die Arbeit des Azubis sollte im Fokus stehen, sondern auch, **was für ein Mensch er ist**, und wie man ihm so helfen kann, dass er sich eventuell besser auf der Arbeit macht, statt zu sagen „reiß dich zusammen!“ Der Arbeitgeber ist kein Therapeut, sollte sich jedoch **um das Wohlergehen jedes Mitarbeiters kümmern**, schließlich arbeitet man mehrere Stunden am Tag mehrere Tage die Woche für mehrere Jahre mit all den Menschen zusammen.*

”

*Ich persönlich würde es in Ausbildungsberufen auch gutheißen, wenn Auszubildene ihren Ausbilder bewerten können.*



*Geht auch mit dem Feedbacktool im Azubi-Navigator.*

”

*Mehrere Azubis aufnehmen, sodass man nicht alleine ist und sich sicherer fühlt.*

”

*Tipps, wie Sie durch Selbstwirksamkeit und Feedback die Motivation Ihrer Azubis steigern können, gibt es auf unserem YouTube Kanal oder unserem kostenlosen Webinar „Feedback“*

[testsysteme.de/seminare/webinar-motivation-in-der-ausbildung-steigern-durch-feedback](https://testsysteme.de/seminare/webinar-motivation-in-der-ausbildung-steigern-durch-feedback)





”

Die neuen Generationen sind **emotional** und **möchten dazugehören** und wirklich etwas tun bei dem sie **Spaß haben** und **sich entfalten** können.

Vor allem so viel **Verantwortung übergeben**, wie möglich, damit wir in der Ausbildung lernen, was es bedeutet auch **selbstständig Arbeit zu erledigen**.

”

”

**Mehr Kontakt** zwischen Azubis und Ausbilderinnen **mehr Wertschätzung** für die Leistung der Azubis **mehr Organisation** **mehr Veranstaltungen**

# Was es sonst noch zu sagen gibt

Nicht Gendern und **keinen roten Teppich ausrollen**. Im Vorfeld die Bewerber aufklären, was sie in dem Unternehmen erwartet und keine bei uns ist es am besten Promo vom Unternehmen. **Ehrlichkeit zu den Azubis**.

Lasst die Leute Rauchen. Rauchen nimmt den Stress weg ergo Effizienteres arbeiten 😊

**Locker** und nicht so penibel sein, aber trotzdem **penibel genug**

Bitte fangt an das **veraltete Denken** beiseitezulassen und kommt im Jahr 2023 an. Mehr **Gleitzeit**, mehr **Homeoffice**, mehr **Urlaubstage** und mehr **Work Life Balance!!!!** >:(

Die Ausbilder sollten **gut mit den Azubis umgehen**. Ebenfalls sollte das Unternehmen sich geben wie es ist und nicht auf Internetseiten **komische Videos etc. hochladen**. 😊

**Faire Bezahlung** und **Wertschätzung** reichen meist schon aus. Beides hatte ich in meiner Metallbauer Ausbildung nicht erfahren.



**Nicht alle jungen Leute über einen Kamm scheren.** Aktuell gibt es viele junge Spinner, die denken alles fällt ihnen zu. Lasst diese ruhig auf die Schnauze fallen und pickt euch die Menschen raus **die arbeiten wollen**, nehmt nicht nur die Abiturienten die Leute aus den Gesamtschulen oder die mit Fachabitur stehen oft besser im Leben, als irgendwelche grünen Gören die bis dato alles bekommen haben.

**Bessere Vergütung und Vielfalt** gegenüber anderen Kulturen.

Manche stellen sich schlechter dar als sie eigentlich sind nur ist das eventuell wegen der Mitmenschen so, aber es macht sie **nicht zu einem unfähigen oder schlechten Menschen**. Sie wollen nur nicht lügen und sagen, dass wie sie über sich denken oder was andere über sie denken könnten. Generell finde ich alles basiert auf Lügen heutzutage und wenn einer **die Wahrheit sagt, wird er nicht genommen**. **Bisschen weniger Manipulation danke!**



*Wenig auf Noten gucken. Daran denken, dass viele junge Leute sehr engagierter sein können **trotz schlechter Schulausbildung** als Menschen mit gutem Schulabschluss*

”

”  
*Seht die Auszubildenden als das an was sie wirklich sind: **als Auszubildende**. Setzt uns nicht ein als könnten wir den Fachkräftemangel ersetzen, sondern bringt uns das bei was wir für unsere Zukunft brauchen **sonst gibt es bald keine Zukunft mehr**.*



”

*Guten Tag, also ich will ehrlich sein ich finde unser duales Ausbildungssystem einfach schlecht, die schulischen Inhalte kommen teils gar nicht mit den neusten Informationen zu aktuellen Themen z.B. **SEO, SEA** usw. In den berufsbildenden Schulen fehlt teils **die Digitalisierung von gemeinsamen Ergebnissen**, wenn z.B. ein Schüler ist krank und muss den Inhalt nachholen, aber bekommt keine Informationen von seinen Mitschülern oder von den Lehrern da ist er im Prinzip **auf sich alleine gestellt**. Und was ich noch schlimm finde, ist **unser Notensystem**, man kann aus Noten nicht rauslesen, was die konkreten Stärken oder Schwächen eines Schülers sind und ich finde, man sollte vor allem in den Berufsschulen Home-Office anbieten, da wie ich finde, die Präsenz öfter nicht vonnöten ist. Das sind so die Dinge, die mir auf die Schnelle eingefallen sind, ich wünsche ihnen noch einen schönen Tag.*

Das **Konzept der Berufsschule** muss dringend überarbeitet werden.

*Ich würde mir wünschen, dass vor allem **an den Gymnasien auf Berufsausbildungen positiv aufmerksam gemacht wird**. Dort finden Unternehmen **hochmotivierte** und sehr **lernfreudige potenzielle Azubis**, die mit Garantie eine Ausbildung abschließen werden, anstatt ein Studium abbrechen zu müssen und sich dann erst hierfür zu entscheiden. Bei uns gab es in der 10. Klasse nur einen Vortrag eines **unmotivierten Sozialarbeiters von der Agentur für Arbeit**, der nur darauf abgezielt hat, uns an eine Universität zu bringen. Die Lehrer vermitteln über die gesamte Schullaufbahn **eben denselben Eindruck**, dass ohne Studium aus einem nichts wird. Es liegt also in der Hand der Unternehmen die Jugendlichen vor Ort vom Gegenteil zu überzeugen! Ich habe das Glück in **einem sehr guten Ausbildungsbetrieb** angenommen worden zu sein und bereue dort keinen einzigen Tag. Die Ausbildung (zum Kaufmann für IT-Systemmanagement) bereitet mir sehr große Freude. Dagegen geht es meinen Klassenkameraden aus der Berufsschule schon anders... Einige stehen mittlerweile auf Kriegsfuß mit Ausbildern oder werden sogar gemobbt. Vor allem **Kleinbetriebe sind hier sehr anfällig**, sowohl eine schlechte Ausbildungsqualität (Alltagsaufgaben entsprechen nicht ansatzweise dem Berufsbild) als auch eine unterirdische Bezahlung zu leisten. Allein in meiner Klasse geht die Spanne von 600 € Brutto bis 1150€ (im 1. Lehrjahr) **fast doppelt so weit auseinander** (beim gleichen Ausbildungsberuf)! Gerade **im Auswahlverfahren müssen sich die Betriebe mehr Zeit nehmen** und sich intensiver mit den Jugendlichen auseinandersetzen. Es gibt einiges auf Seiten der Betriebe zu verbessern, andere Betriebe dagegen mögen bitte so bleiben wie sie sind :)*



”

Ich finde es sollte in mehr Berufen akzeptiert werden, wenn man sich **piercen, tätowieren oder die Haare färbt** und es nicht direkt bedeutet, dass man unprofessionell ist.



Ich mag es am **liebsten von Ausbildungsbetrieben angerufen zu werden**, um persönlich die guten oder vielleicht auch schlechten Nachrichten zu erfahren. So können die Unternehmen bereits eine Reaktion auf die Info erfahren und sich damit ein Bild machen wie hoch das Interesse zum Beispiel ist. Zum Beispiel wurde ich von meinem letzten Arbeitgeber angerufen und habe wegen der Zusage **Freudensprünge** gemacht, was meine Freude und Interesse an der Stelle kund tut.

”

”

Nutzt die **Digitalisierung**, persönlich finde ich moderne Unternehmen **mit einer Internetpräsenz** ansprechender.

Wir hätten da ein paar Lösungen für Sie.  
Einfach mal ausprobieren.

”

[shrtnr.link/60](https://shrtnr.link/60)





*Mehr **Verständnis für die Lebenswelten von jungen Auszubildenden, Kommunikation** ist das A und O, meiner Meinung nach sollten mehr **pädagogische Fachkräfte in Betrieben** eingesetzt werden, die **wirkliches Interesse an den Azubis** haben und sie in schwierigen Situationen unterstützen, evtl zwischen den Azubis und anderen KollegInnen **vermitteln** und eine **Ansprechperson auf Dauer** außerhalb der täglichen Arbeit sind. So können Ausbildungsabbrüche verhindert werden und **Fachkräfte langfristig in einem Unternehmen gehalten** werden.*

6 Module  
inklusive Lernvideos  
und Quiz



## E-Learning für Ausbildungsbeauftragte

- ✓ lernwirksame Aufgaben erstellen
- ✓ gutes Feedback geben
- ✓ (schwierige) Gespräche souverän führen

Jetzt kostenlose Demo ausprobieren!



[abb.dp.u-form.de](http://abb.dp.u-form.de)



”

Seht die Azubis als **Arbeitskollegen** an und nicht nur als Azubis! Das ist glaube ich, das größte Problem, weshalb viele Azubis Ihre Ausbildung anfangen zu hassen.

”

”

Ich bin **sehr zufrieden** mit dem Bewerber- bis Ausbildungsverfahren meines Ausbildungsbetriebes.

”

”

**Werdet eine Familie** und nehmt ihnen die Angst am Betrieb und an der Arbeit.

”

”





”

Danke, für eure Mühe.

Sehr gerne!

”

”

Bitte lassen Sie mir den Geldgewinn zukommen, da ich wie sie an der Auswahl der Antworten gesehen haben, ein sehr bescheidenes Leben führe und daher das Geld sehr gut gebrauchen kann. Zum Umgang mit Azubi Bewerbern kann ich Ihnen nur nahelegen, diesen **Zeit** zu geben, in die Position und **Aufgaben hineinzuwachsen**, da es wie ich aus eigener Erfahrung weiß, für einen Schüler eine sehr **überwältigende** und mitunter auch **beängstigende Situation** sein kann plötzlich in einem **komplett neuen Umfeld** sich zurechtfinden zu müssen.



”

Ich fand diese Umfrage sehr gut. Durch die Umfrage musste ich erstmal selber über Dinge nachdenken warum ich das gerne so hätte oder warum ich das so gemacht habe.

Das freut uns wirklich!

”



# u-form Testsysteme

## Initiator der Studie

Der u-form Verlag bietet Materialien zur Vorbereitung auf IHK-Prüfungen. Das Solinger Familienunternehmen ist seit über 70 Jahren Partner der Industrie- und Handelskammern. Die u-form Testsysteme GmbH & Co. KG wurde 2007 aus dem Verlag ausgegliedert und bietet digitale Lösungen rund um die duale Ausbildung und das duale Studium. Unternehmen profitieren von den über 60 verschiedenen praxisnahen und tätigkeitsbezogenen Einstellungstests. Das u-form E-Recruiting bietet alle Funktionalitäten eines modernen Bewerbermanagement-Systems von der 60-Sekunden Bewerbung bis zur Anbindung von Social-Media-Funnels. Mit opta3 bieten die u-form Testsysteme eine moderne Plattform für Online-Testverfahren. Mit dem „Azubi-Navigator“ bietet u-form

ein flexibles, cloudbasiertes Tool, um die duale Ausbildung digital zu managen. Auszubildende werden dadurch entlastet. Sie können Lernerfolge ihrer Auszubildenden steuern und sie punktgenau auf Klausuren und Prüfungen vorbereiten. Das neue E-Learning unterstützt Ausbildungsbeauftragte mit Wissen und Checklisten. u-form fördert den Austausch und das Wissen zum Thema Rekrutierung von Auszubildenden. Die Geschäftsführerin Felicia Ullrich hat sich in den vergangenen Jahren bundesweit als Keynotespeakerin zu Ausbildungsthemen einen Namen gemacht. Zu den Kunden von u-form Testsysteme zählen namhafte Unternehmen wie Dräger, Festo, Ford, Henkel, Merck und Obi.

[testsysteme.de](https://testsysteme.de) | [u-form.de](https://u-form.de)



# Sie haben Fragen? Wir helfen Ihnen gerne.



**Felicia Ullrich**  
**Marketing**

Ihre Ansprechpartnerin für Workshops und Vorträge rund um die Themen des Azubi-Recruitings

☎ 0212 22207-27  
✉ [f.ullrich@u-form.de](mailto:f.ullrich@u-form.de)



**Dr. Manfred Böcker**  
**HR-Präsenz**

Ihr Ansprechpartner für alle PR-Fragen.

☎ 0170 3230531  
✉ [mb@hr-praesenz.de](mailto:mb@hr-praesenz.de)

# Partner

Wir bedanken uns herzlich bei unseren Medienpartnern für die tatkräftige Unterstützung, die zum Erfolg des Projekts beigetragen hat.

**Personalwirtschaft**

**personal.  
magazin**

**Behörden Spiegel**

**ahgz**

**wirAUSBILDER**  
ERFAHRUNGEN – IMPULSE – LÖSUNGEN

**Lebensmittel  
Zeitung**

**MM**  
MaschinenMarkt

Auch in diesem Jahr gilt unser Dank Trendence, für die technische Umsetzung und Auswertung der Azubi-Recruiting Trends 2023.

 **trendence**

# Wir kennen deine **Zielgruppe!**

Aus unseren Statistiken lassen sich nicht nur die Meinungen & Erwartungen von Mitarbeitenden ableiten, sondern dienen auch als fundierte Entscheidungsgrundlage für **Recruiting, Employer Branding & Personalmarketing.**

Über 20 Jahre  
Marktforschung!



## HR- Monitor

Ein interaktives Onlinetool, das wertvolle Einblicke in die Wünsche & Bedürfnisse von Arbeitnehmenden in Deutschland liefert.

Jetzt informieren



## Customized Research

Individuelle HR-Studien im nationalen & internationalen Kontext mit exakten Analysen und Lösungen.

Jetzt informieren



Das Urheberrecht liegt bei der u-form Gruppe Solingen. Diese Präsentation ist ausschließlich für Ihren persönlichen Gebrauch gedacht. Die Verbreitung in jeglicher Form ist nicht erlaubt. Das gilt im Besonderen für die Verbreitung in digitalen Medien und im Internet.

Jegliche Übernahme von Grafiken oder Textpassagen in eigene Präsentationen oder Veröffentlichungen bedarf der Zustimmung der u-form Gruppe. Grundsätzlich muss bei Verwendung von Zahlen oder Inhalten die Nennung des Herausgebers u-form Gruppe erfolgen.

Sollten Sie Charts benötigen, können Sie diese gerne bei uns unter folgender E-Mail-Adresse anfragen: [studie@testsysteme.de](mailto:studie@testsysteme.de)

Für den Inhalt verlinkter Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich.