

AZUBI-RECRUITING TRENDS 2024

Die größte doppelperspektivische
Studie zum Thema Ausbildung



Vorwort



Einer, von vielen Azubi-Recruiting-Trends 2024: „Ghosting“

Während ca. 80 % der 18- bis 33-jährigen Singles bereits Erfahrungen mit „Ghosting“, überwiegend im virtuellen Raum bei WhatsApp oder bei Chats auf einer Dating-Plattform gemacht haben (so die Barmer 2024), erleben 40 % der befragten Ausbilder*innen, dass Azubis trotz Zusage oder einem unterschriebenen Ausbildungsvertrag „ghosten“. Anders ausgedrückt, die künftigen Azubis melden sich nicht mehr, denn sie sind geistesgleich verschwunden bzw. scheinen sich ohne Grund in Luft aufgelöst zu haben.

Auch wenn einer der ersten Gedanken der ist, eine neue Online-Plattform zu gründen, um das „Ghosting-Verhalten“ von Bewerbern transparent zu machen und man genau nachverfolgen kann, wer wie oft Vorstellungsgespräche nicht wahrgenommen hat, wer wie oft bei Ausbildungsbeginn, trotz Ausbildungsvertrag, nicht erschienen ist und dies alles am besten noch mit Fotos. Eine sicherlich emotional engagierte Vorstellung, aber vielleicht nicht der beste Gedanke.

Die Gründe von „Ghosting“ können vielseitig sein, ggf. Angst vor Verbindlichkeit oder auch davor, falsche Entscheidungen zu treffen. Vielleicht ist es aber auch als Reaktion auf ein Verhalten des Ausbildungsbetriebes, wie z.B. zu lange Reaktionszeiträume etc. zu sehen. „Ghosting“ ist nur einer, von vielen, Azubi-Recruiting-Trends 2024. Wir wünschen Ihnen auch in diesem Jahr viel Freude und Erkenntnisgewinne beim Lesen der Studienergebnisse,

Ihr

Prof. Dr. Christoph Beck

Inhalt

01 – Statistik

02 – Ausbildungsstellen

03 – Berufsorientierung

04 – Image

05 – Ausbildungsplatzsuche

06 – Bewerbung und Hürden

07 – Ghosting

08 – Perspektive nach der Ausbildung

09 – Social-Media

Einfach mal funneln:

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



shrtnr.link/produkte/

12 Jahre Azubi-Recruiting Trends – und es bleibt spannend

Seit 12 Jahren ist es mein Herzensprojekt: die Studie „Azubi-Recruiting Trends“. In der Phase der Konzeption beschlich mich immer die Sorge, ob es noch Themen gibt, zu denen wir Ihnen spannende Ergebnisse liefern können. Wir können! Das zeigen einmal mehr die Ergebnisse der 2024er Studie. Manches überrascht nicht. Einfache Bewerbungsprozesse sind ein Argument für die Digital Natives, sich zu bewerben. Anderes erscheint widersprüchlich. Die sozialen Medien belegen bei zur Suche von Ausbildungsplätzen genutzten Kanälen nur Platz 10. Aber 80 % der Jugendlichen meinen, Unternehmen sollten Social-Media zur Ansprache von Jugendlichen zu nutzen. Dann sind da Ergebnisse, bei denen ich nach 12 Jahre auch noch große Augen mache. In Zeiten von ChatGPT erklärt das Anschreiben noch für über die Hälfte der Unternehmen Eignung. Sicher nicht! Schauen und staunen Sie. Viel Spaß beim Schmökern.

Ihre **Felicia Ullrich**

Unser Studienpartner AUBI-plus

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

Für **Ausbildungsbetriebe** wirkt AUBI-plus als Ausbildungsoptimierer:

- Das Unternehmen besetzt ihre Ausbildungsstellen,
- zertifiziert Ihre Ausbildungsqualität mit dem Gütesiegel BEST PLACE TO LEARN®
- und qualifiziert Auszubildende, insbesondere über das DEUTSCHE AUSBILDUNGSFORUM (DAF).

Ausbildungsplatzsuchende Menschen

- begleitet AUBI-plus auf ihrem Weg von der Berufsorientierung bis hin zur Bewerbung um einen Ausbildungsplatz und sichert ihren Ausbildungserfolg.
- Hierfür betreibt das Unternehmen mit www.aubi-plus.de eines der führenden Ausbildungsportale im deutschsprachigen Raum.

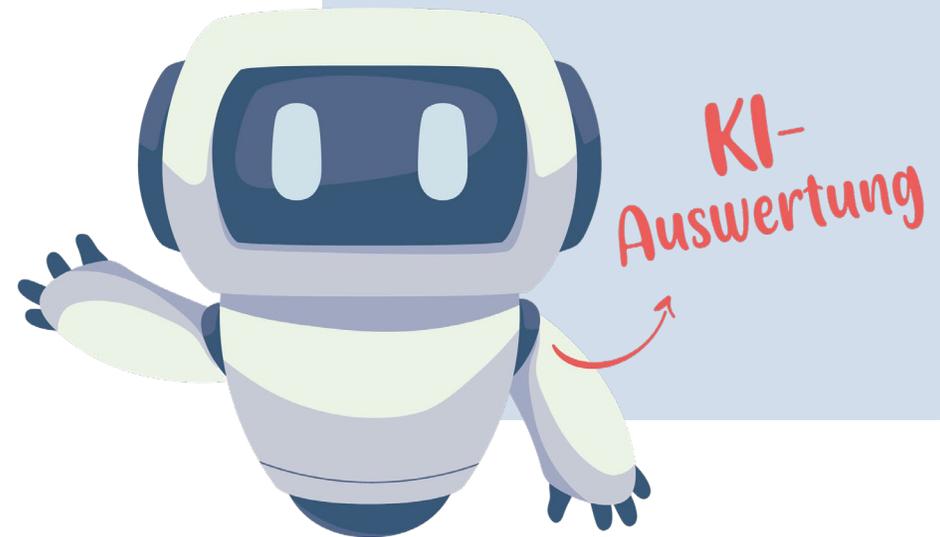


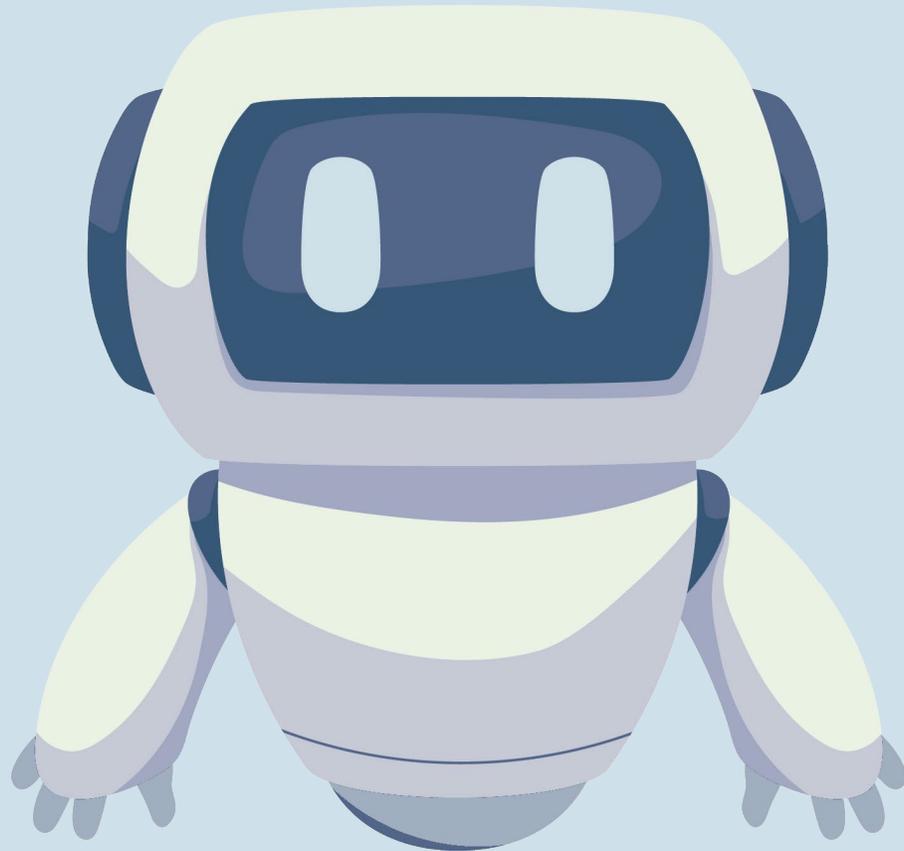
Durch den Kontakt zu diesen beiden Gruppen unterstützt uns AUBI-plus bei der **Gewinnung von Befragungsteilnehmerinnen und -teilnehmern**. In diesem Jahr begleitet AUBI-plus zudem das Thema „**Qualität der Ausbildung**“. Mehr im Web: www.aubi-plus.de

Legende

-  **Ausbildungsverantwortliche**
-  **Alle: Schüler*innen, Azubis, dual Studierende und Bewerbende**
-  **Nur Azubis**
-  **Nur dual Studierende**
-  **Nur Schüler*innen**

*Bei Fragen mit
Freitextfeldern
habe ich geholfen!*





Fit für die Zukunft:

Chancen und Grenzen von KI erkennen

Für die **Auswertung der Freitextfelder** haben wir KI genutzt. Genau genommen Chat GPT-4.

Die KI hat in **unglaublicher Geschwindigkeit** die über 18.000 Freitextfeldantworten geclustert und zusammengefasst.

O-Ton eines Bewerbenden auf die Frage: „Was möchtest du noch loswerden? Was rätst du Ausbildungsbetrieben zum Umgang mit Azubi-Bewerbenden?“



*Es ist wichtig, dass Ausbildungsbetriebe allen Bewerberinnen und Bewerbern gerechte Chancen bieten und Vielfalt sowie Inklusion fördern. **Zudem sollten sie offen für den Einsatz von KI sein, um den Bewerbungsprozess effizienter zu gestalten** und sowohl Lern- als auch Arbeitsprozesse zu optimieren. Dadurch können sie Talente besser erkennen und fördern*

KI im Bewerbungsprozess? Personenbezogene Daten in die USA schicken?

Da bekommt Ihr Datenschützer Schnappatmung – zu Recht.

Über die Möglichkeiten und Grenzen der KI informiert Sie Johannes Imhof in seinem Webinar „Digital und mit KI – Tipps für gute Ausbildung“.

Einfach hier kostenlos anmelden:



shrtnr.link/webinar-ki



Statistik

Wer hat mitgemacht?



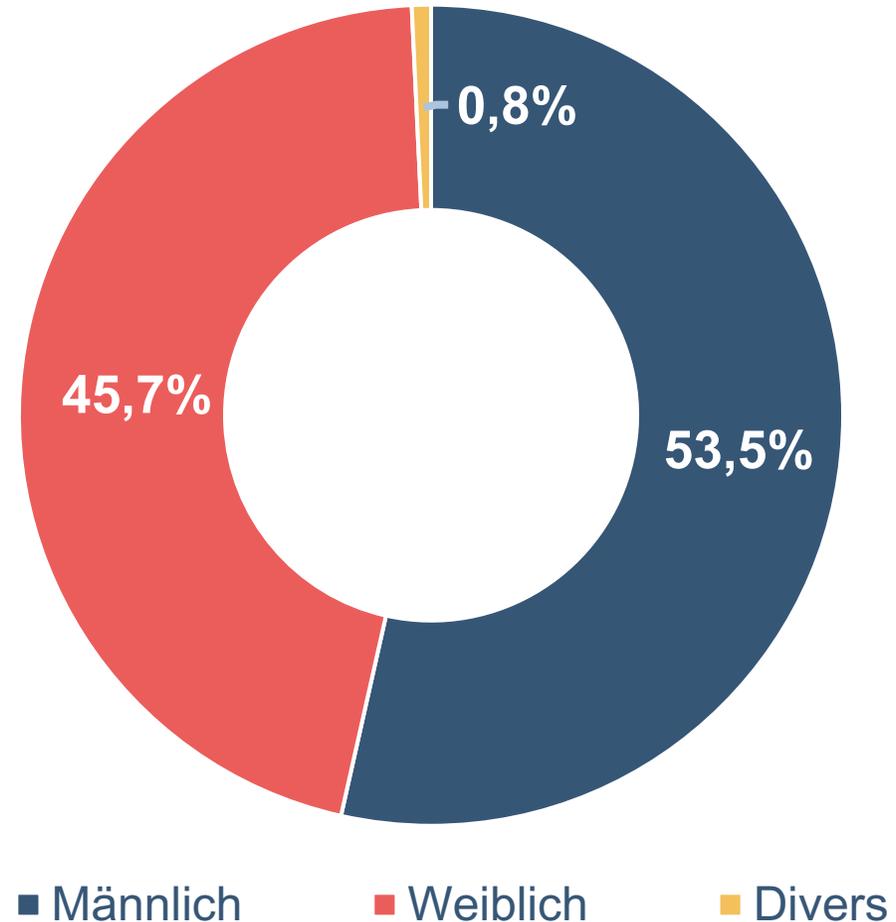
1752



4941

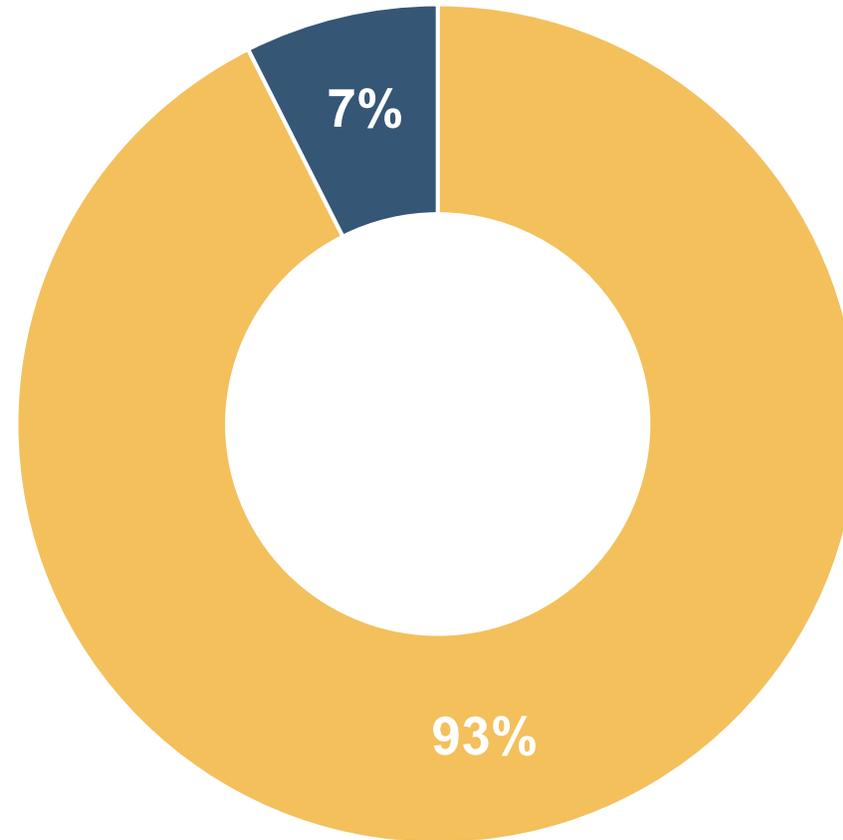
Teilnehmende

4941 Schüler*innen und Auszubildende



Generationenverteilung

„Verrätst du uns dein Geburtsjahr?“

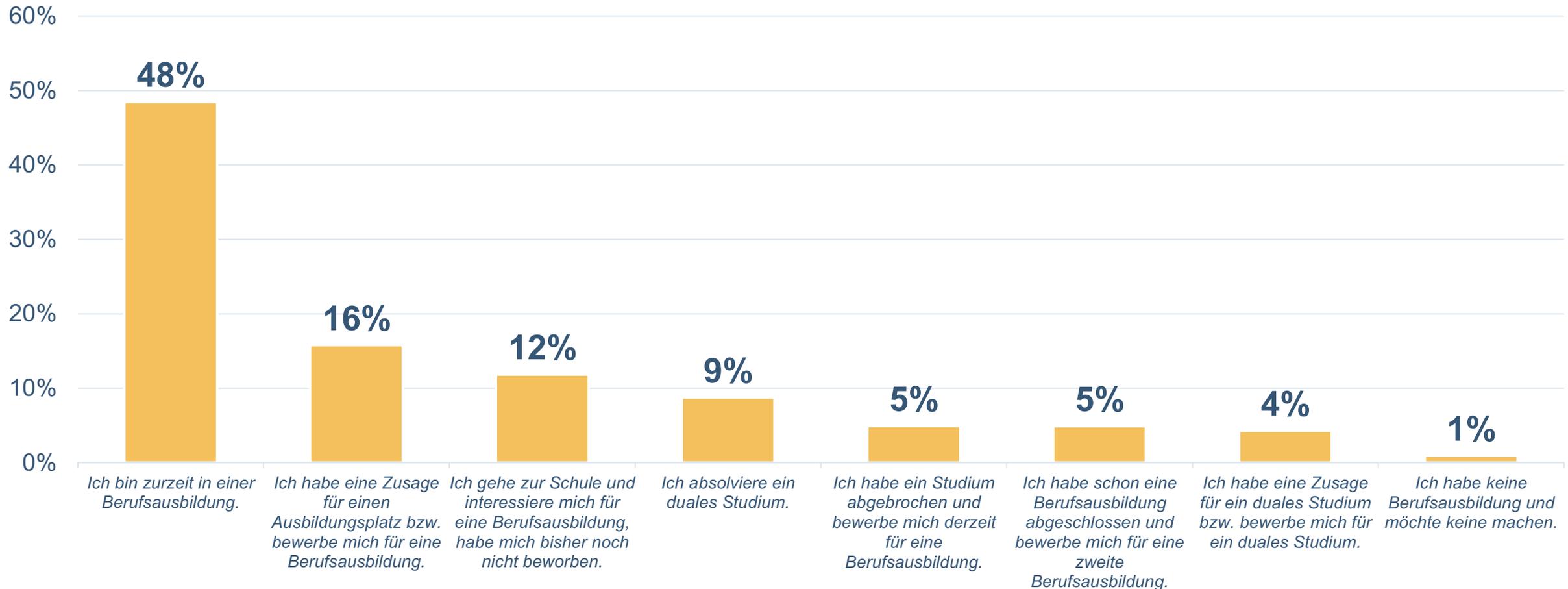


■ Generation Z (1996 - 2010)

■ Generation Y (1980 - 1995)

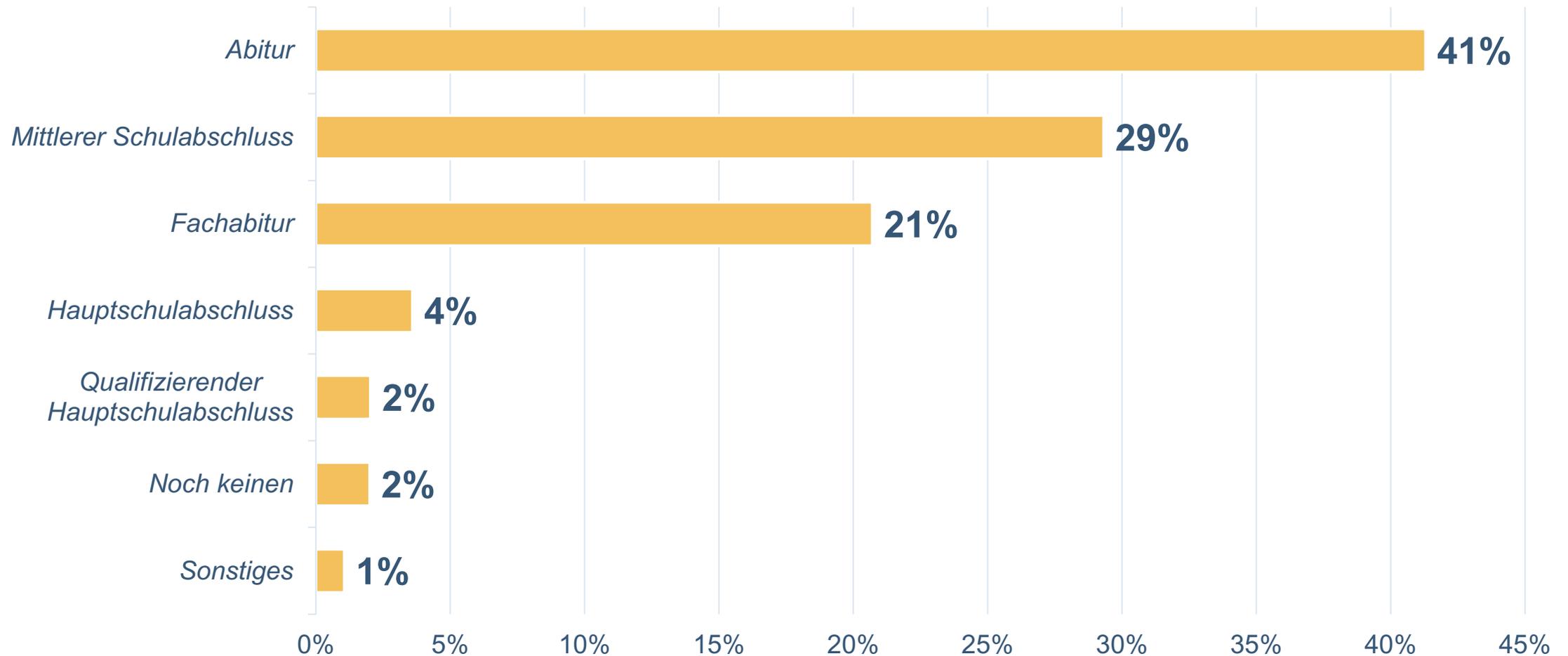
Background Teilnehmende

„Was trifft auf dich zu?“



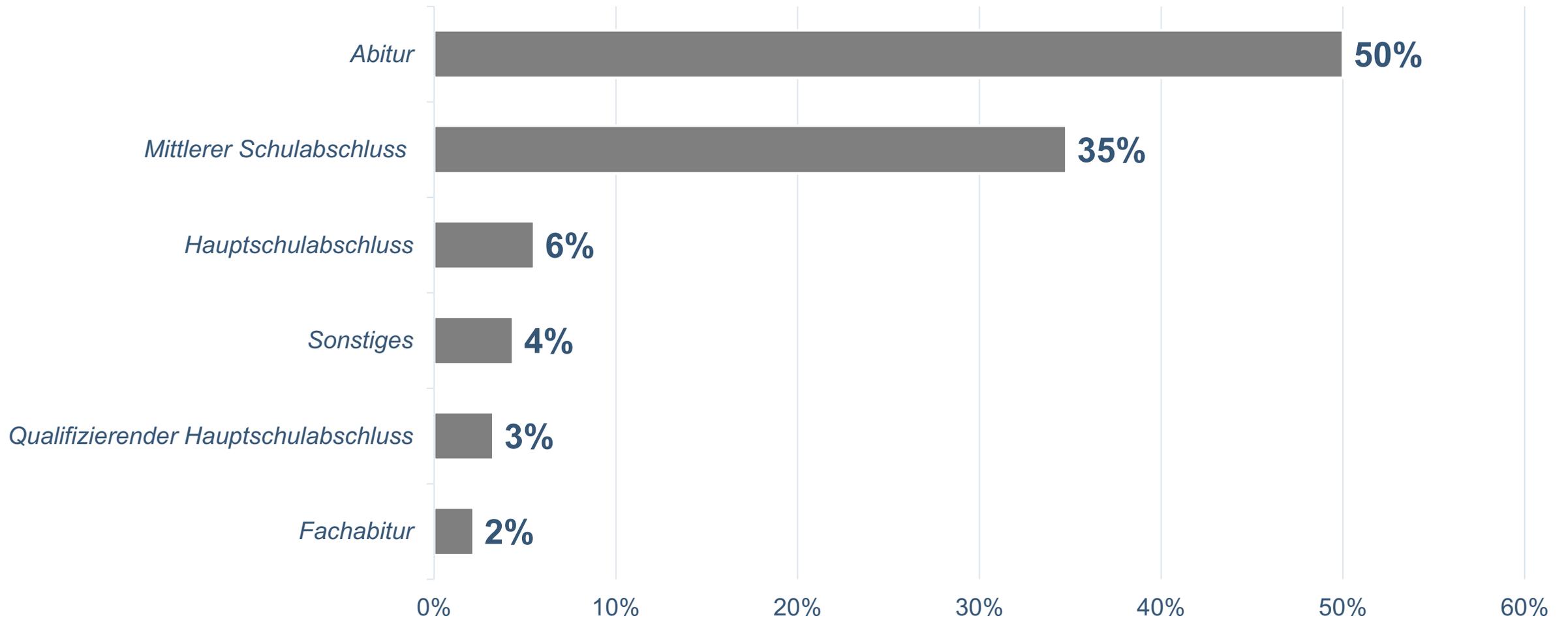
Schulabschluss

„Welchen Schulabschluss hast du?“



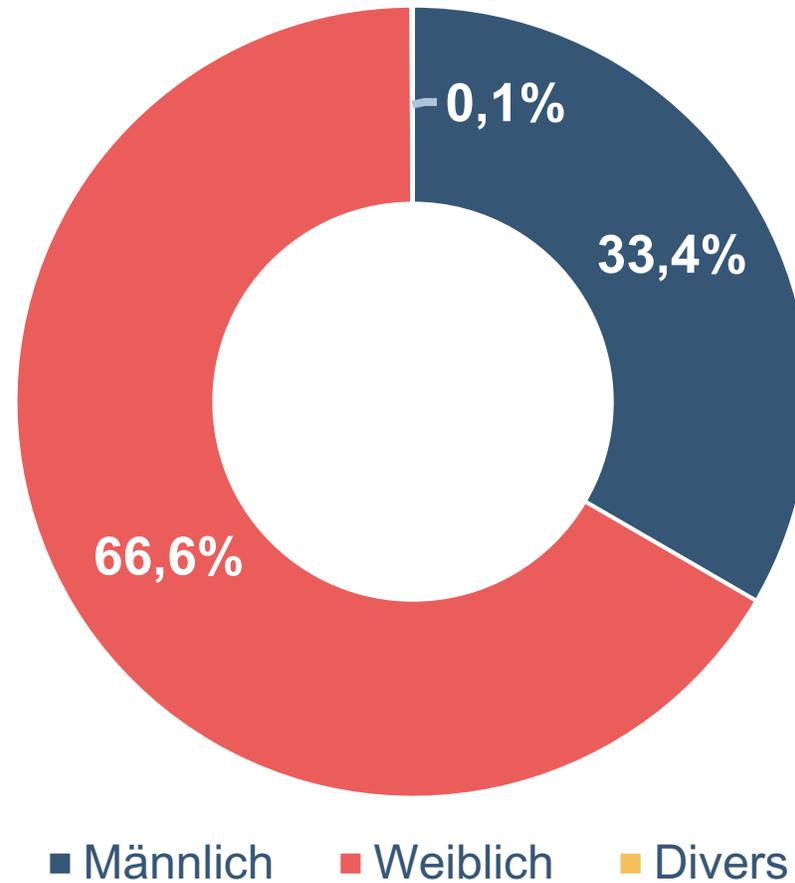
Schulabschluss

„Welchen Schulabschluss strebst du an?“



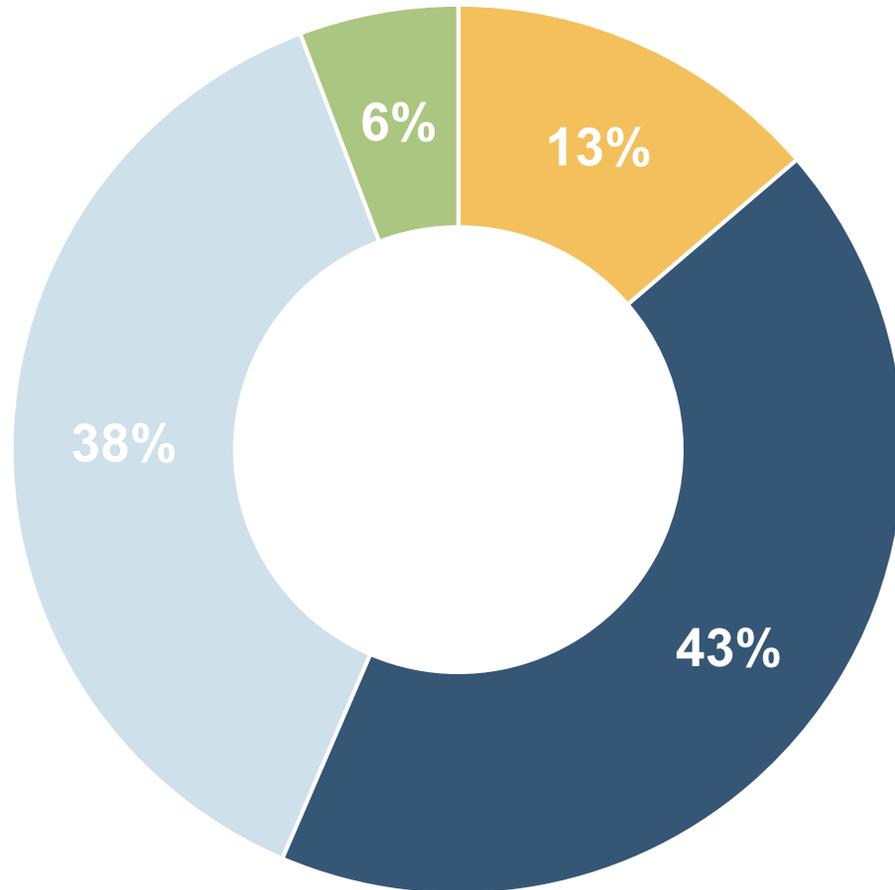
Teilnehmende

1752 Ausbildungsverantwortliche



Generationenverteilung

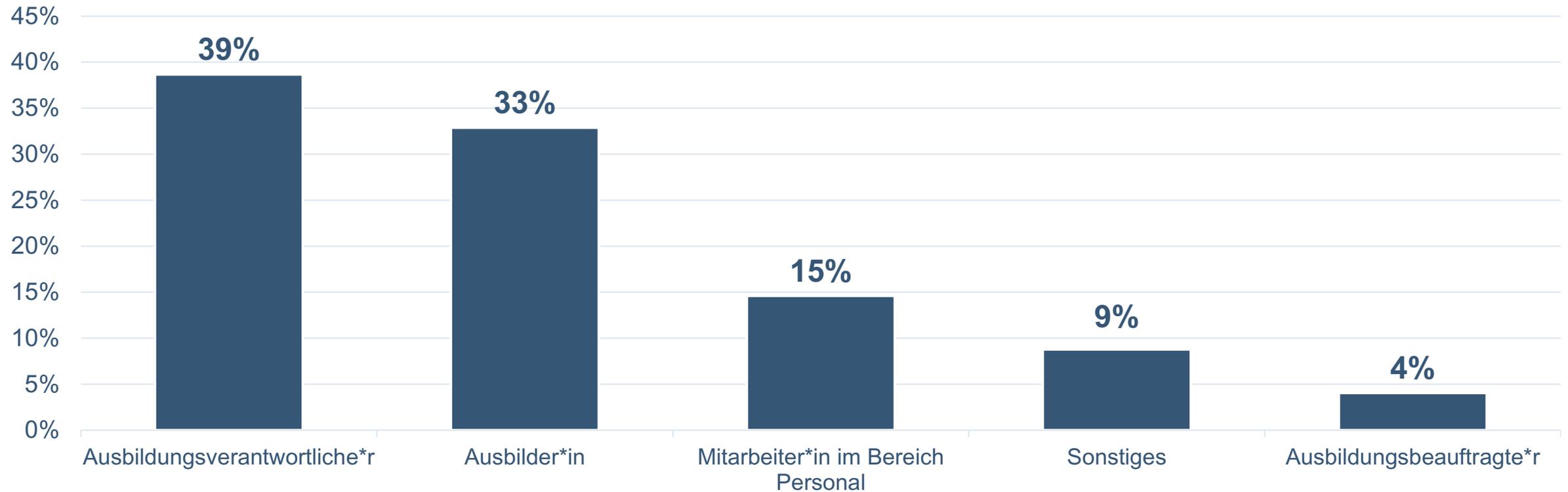
„Verraten Sie uns Ihr Geburtsjahr?“



- Generation Z (später als 1995)
- Generation Y (1980 - 1995)
- Generation X (1965 - 1975)
- Babyboomer (1964 - 1946)

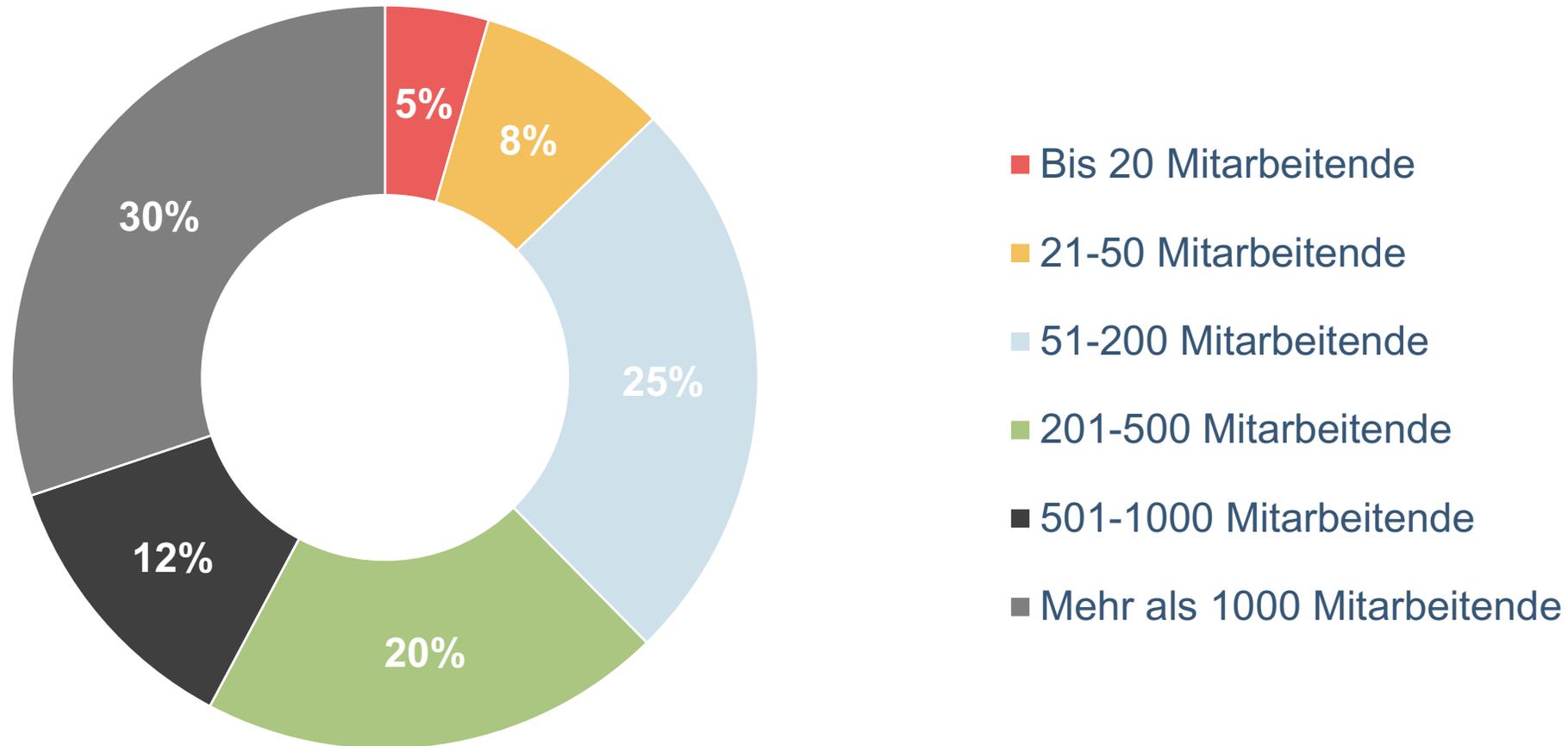
Background Teilnehmende

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



Unternehmensgröße

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



Branchen

Automobilindustrie und -zulieferer	4%	4%
Banken	6%	6%
Baugewerbe	2%	3%
Chemie	4%	5%
Gastronomie	1%	1%
Gesundheit	3%	3%
Handel	6%	11%
Handwerk	6%	3%
Hotellerie	0%	1%
Immobilien	3%	3%
IT-Branche	18%	7%
Logistik	4%	4%
Maschinen- und Anlagenbau	5%	7%
Medien- und Druckbranche	2%	3%
Öffentlicher Dienst	9%	10%
Sozialer Bereich	2%	2%
Stadtwerke / Verkehrsbetriebe / Energieversorger	3%	3%
Tourismus	1%	1%
Verarbeitende / fertigende Industrie	5%	9%
Versicherungen	3%	3%
Sonstige	13%	11%

„In welcher Branche ist Ihr Unternehmen tätig?“

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

Ausbildungsstellen

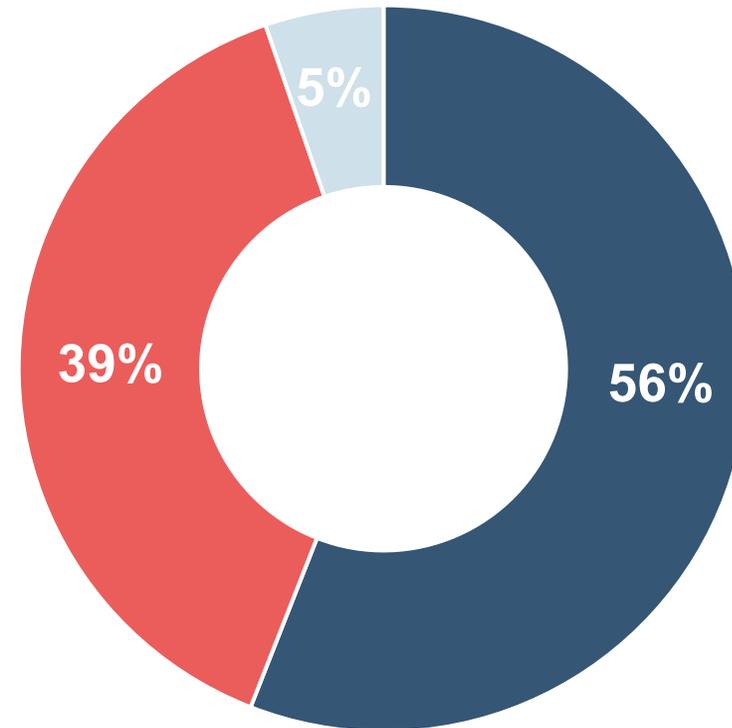


„Die Zeiten ändern sich. Während um die Jahrtausendwende der War for Talents ausgerufen wurde und man hiermit im Wesentlichen die sogenannten High Potentials an den Hochschulen meinte, ist es heute in Summe ein Wettbewerb um alle Nachwuchskräfte. Während man in diesem Zusammenhang jedoch vor 25 Jahren auch vom War of Talents sprach, d.h. dem Konkurrenzkampf zwischen den Talenten, dann ist davon heute nur noch wenig vorhanden.“



Besetzung Ausbildungsstellen

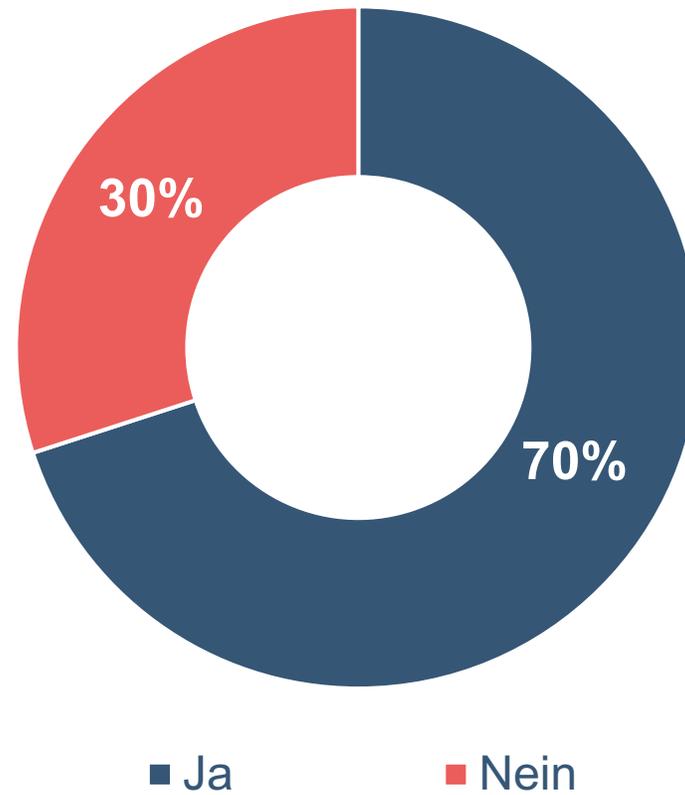
„Konnten Sie 2023 alle Ausbildungsstellen besetzen?“



■ Ja ■ Nein ■ Wir haben keine Azubis gesucht.

Entwicklung Besetzung

„Haben Sie im Jahr 2023 im Vergleich zu 2018 weniger Bewerbungen erhalten?“



Ausbildungsstellen

„Um wie viel Prozent in den letzten fünf Jahren sind nach Ihrer Einschätzung die Bewerbungen in den folgenden Bereichen zurückgegangen?“

Gewerblich-technische Berufe

19,64 %

Kaufmännische und kaufmännisch-verwandte Berufe

24,95 %

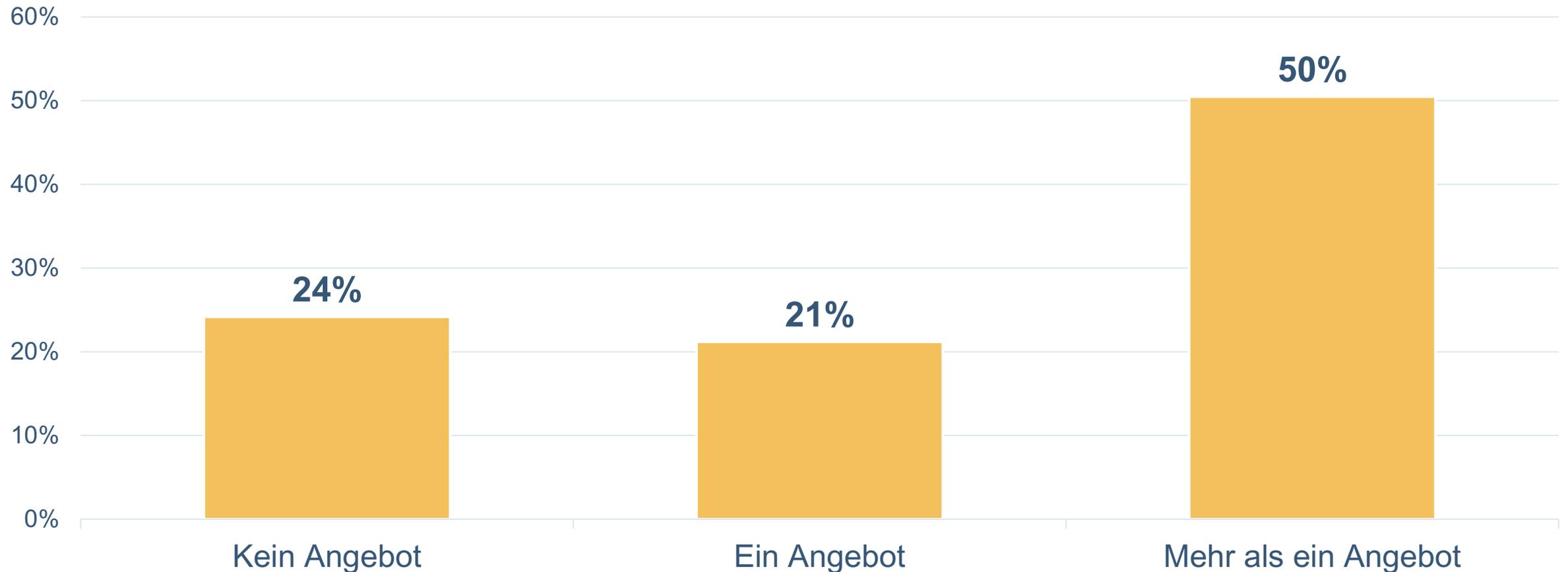
Handwerkliche Berufe

8,38 %

Angebot an Ausbildungsstellen

Frage an Schüler*innen, Azubis, dual Studierende und Bewerbende:

„Wie viele Angebote für eine Ausbildung bzw. duales Studium hast du (bisher) erhalten?“



Tipp #1

Begeistern Sie!

Sie haben Konkurrenz! Bei über der Hälfte der Bewerbenden gibt es ein weiteres Unternehmen, das den gleichen Bewerbenden haben will wie Sie.

Was tun?

Zuerst: Überzeugen Sie mit allen wichtigen Informationen zu Ihrem Ausbildungsangebot: Arbeitszeiten, Ausbildungsvergütung, Urlaubsanspruch und Informationen zum Ablauf und den Inhalten der Ausbildung.

Und: Begeistern Sie junge Menschen. Schreiben Sie lebendige Texte.

Zeigen Sie spannende Videos und tolle Bilder. Gestalten Sie ein sympathisches Kennenlernen.

Machen Sie es anders als die Mitbewerber!



Wer Dinge anders macht, bleibt im Kopf – und das wollen Sie.

Wir hätten da drei exemplarische Ideen für Sie:

1. Schreiben Sie in Stellenanzeigen, was Sie Gutes für die jungen Menschen tun und nicht, wie toll Sie sind. Greifen Sie deren Ängste, Wünsche und Bedürfnisse auf. Machen Sie es wie im Märchen – **mit Storytelling**.
2. Andere laden per Mail zum Vorstellungsgespräch ein. Schicken Sie doch eine Karte mit Traubenzucker als Mutmacher. Mit einem Text, der zeigt, wie sehr Sie sich auf das Kennenlernen freuen.
3. Wie wäre es mit Walk & Talk als Einstieg für ein Vorstellungsgespräch? Statt steifer Atmosphäre im Meetingraum ein entspanntes Kennenlernen. Ihre Azubis machen sicherlich gute „Fremdenführer“ und zeigen mit Stolz ihr Unternehmen.

Wie Storytelling in Stellenanzeigen? In unserem Quickie zeigen wir, wie es geht:

shrtnr.link/storytelling



Berufsorientierung

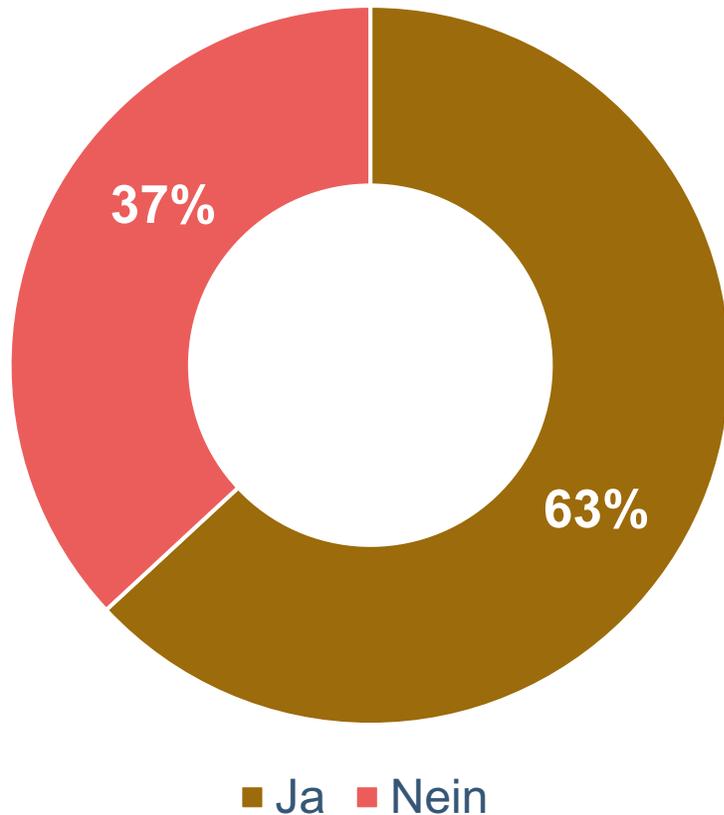


„Warum Berufsorientierung? Alle Informationen sind doch im Internet verfügbar. Grundsätzlich kann diesem Statement zugestimmt werden, was aber in der Praxis in Anbetracht von 327 Ausbildungsberufen und fast 21.000 deutschsprachigen Studiengängen im Erleben eines Jungerwachsenen eher zu einem Content-Overload, statt zu einer Orientierung führt. Informationen können im besten Fall zu Wissen führen und damit zu einer beschränkten Transparenz. Aber erst das Erleben eines Ausbildungsberufes gibt eine wirkliche Orientierungshilfe.“

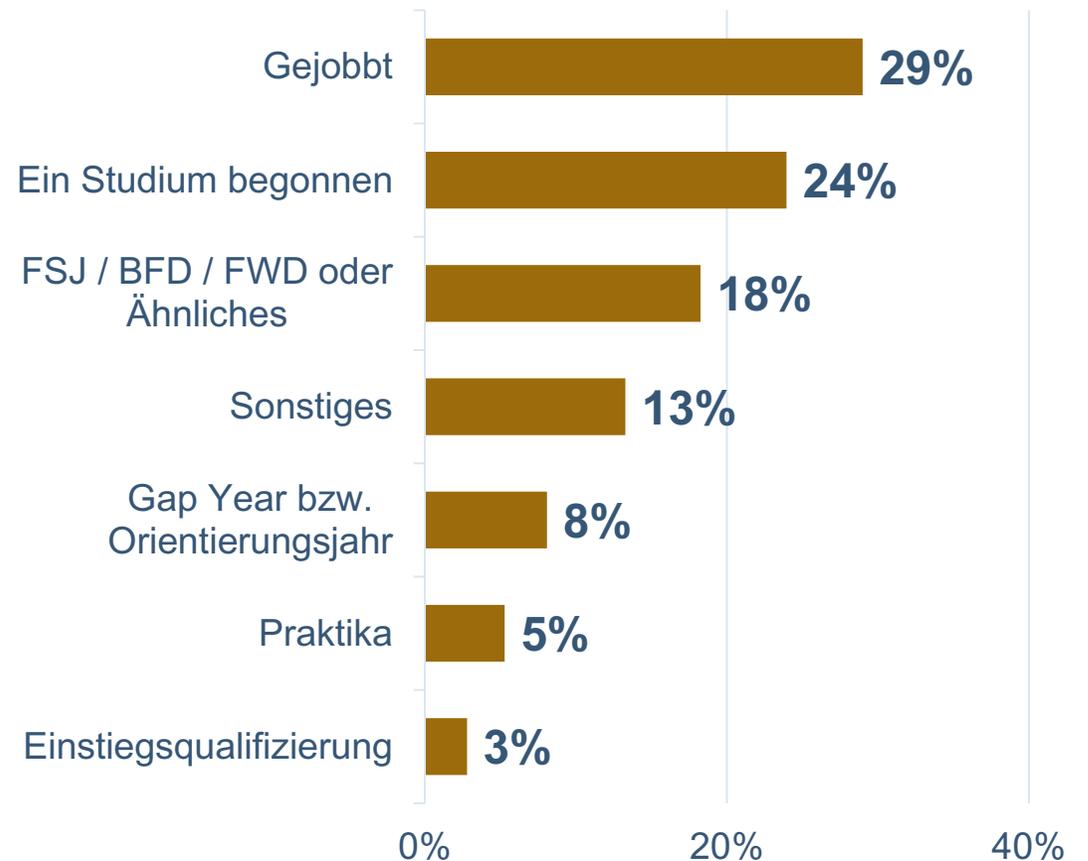


Abschluss mit Anschluss – Azubis

„Wie war es bei dir? Hast du direkt nach deinem letzten Schulabschluss eine Ausbildung begonnen?“

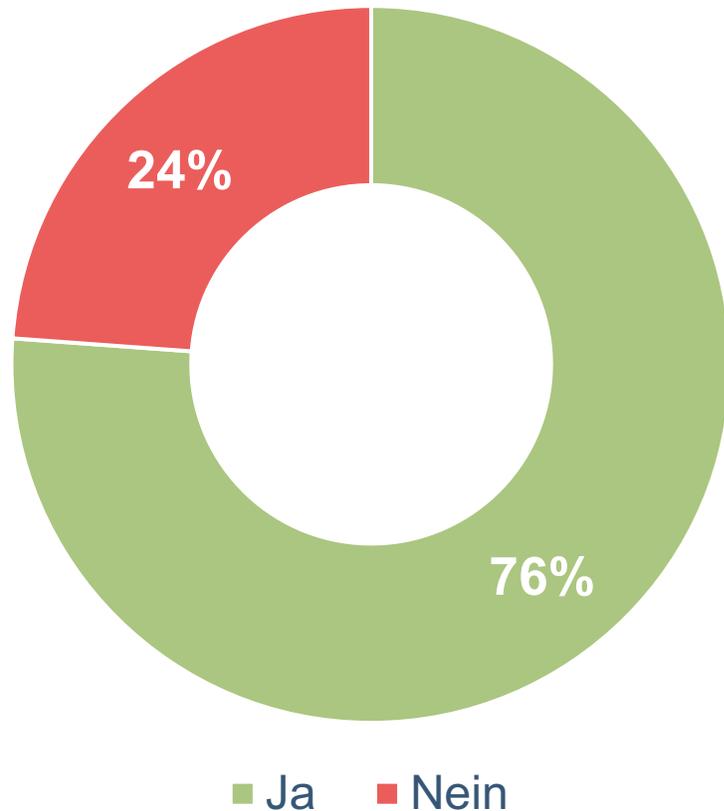


„Was hast du alternativ gemacht?“

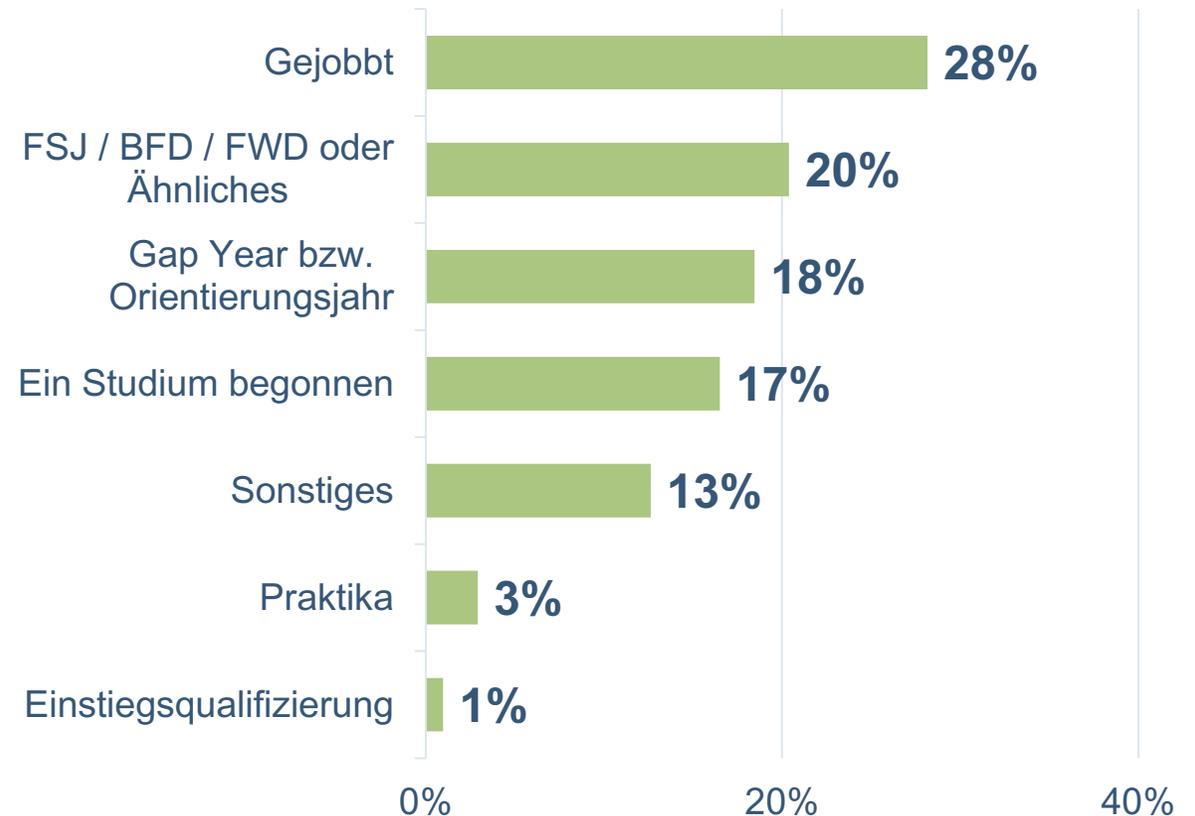


Abschluss mit Anschluss – dual Studierende

„Wie war es bei dir? Hast du direkt nach deinem letzten Schulabschluss ein duales Studium begonnen?“

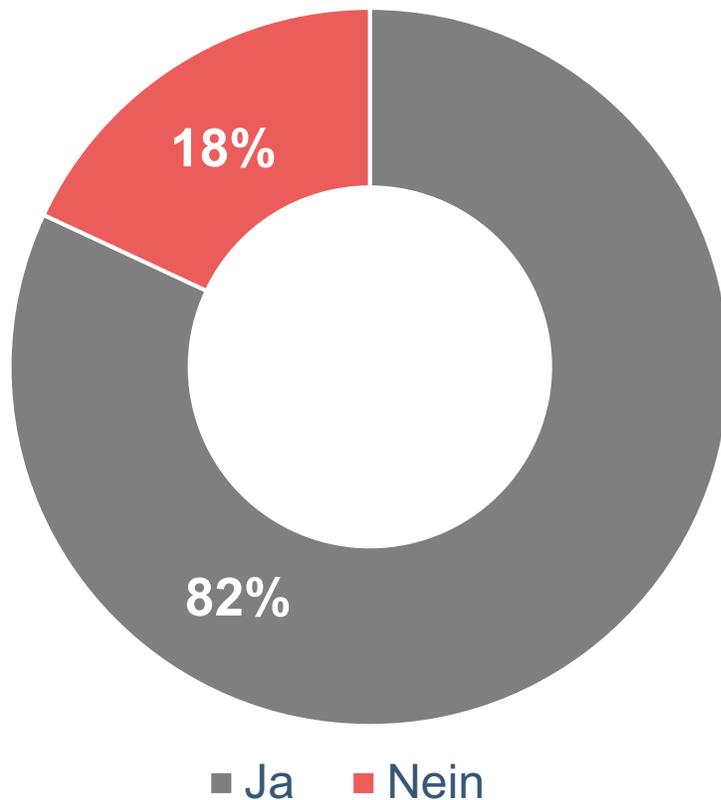


„Was hast du alternativ gemacht?“

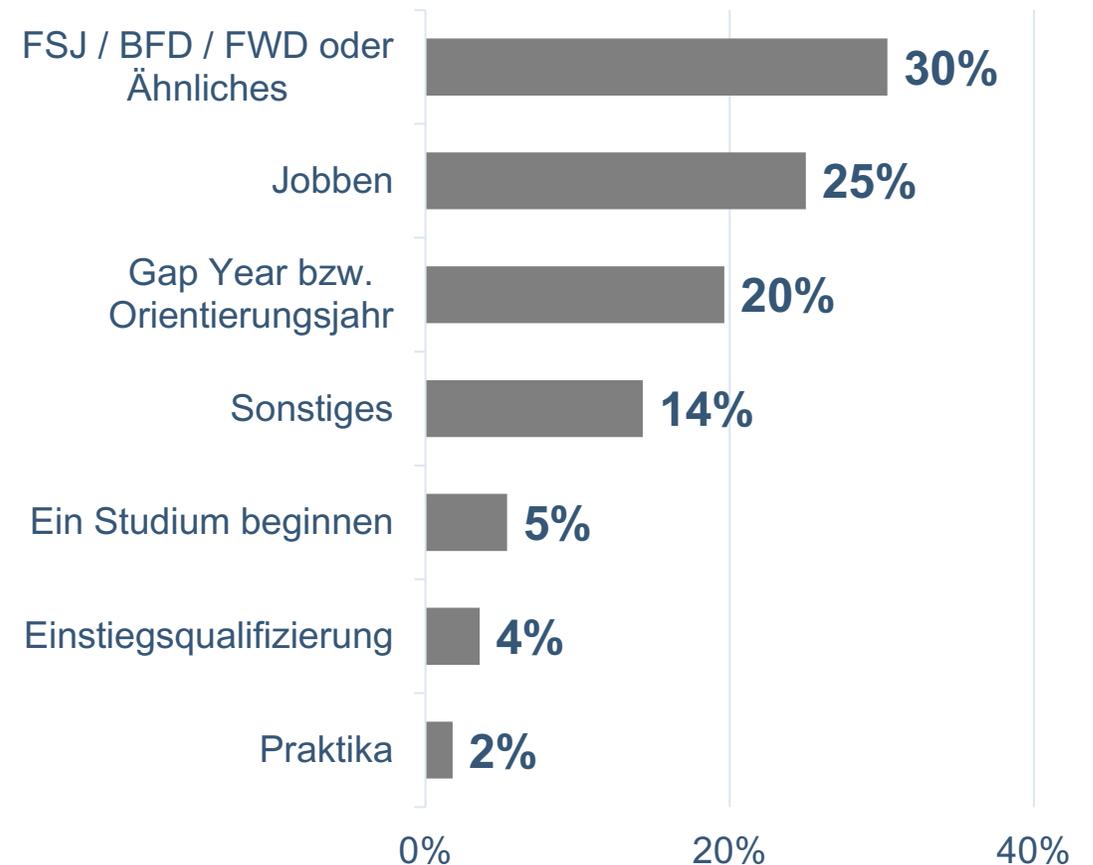


Abschluss mit Anschluss – Schüler*innen

„Wie ist es bei dir? Willst du direkt nach deinem letzten Schulabschluss eine Ausbildung bzw. ein duales Studium beginnen?“



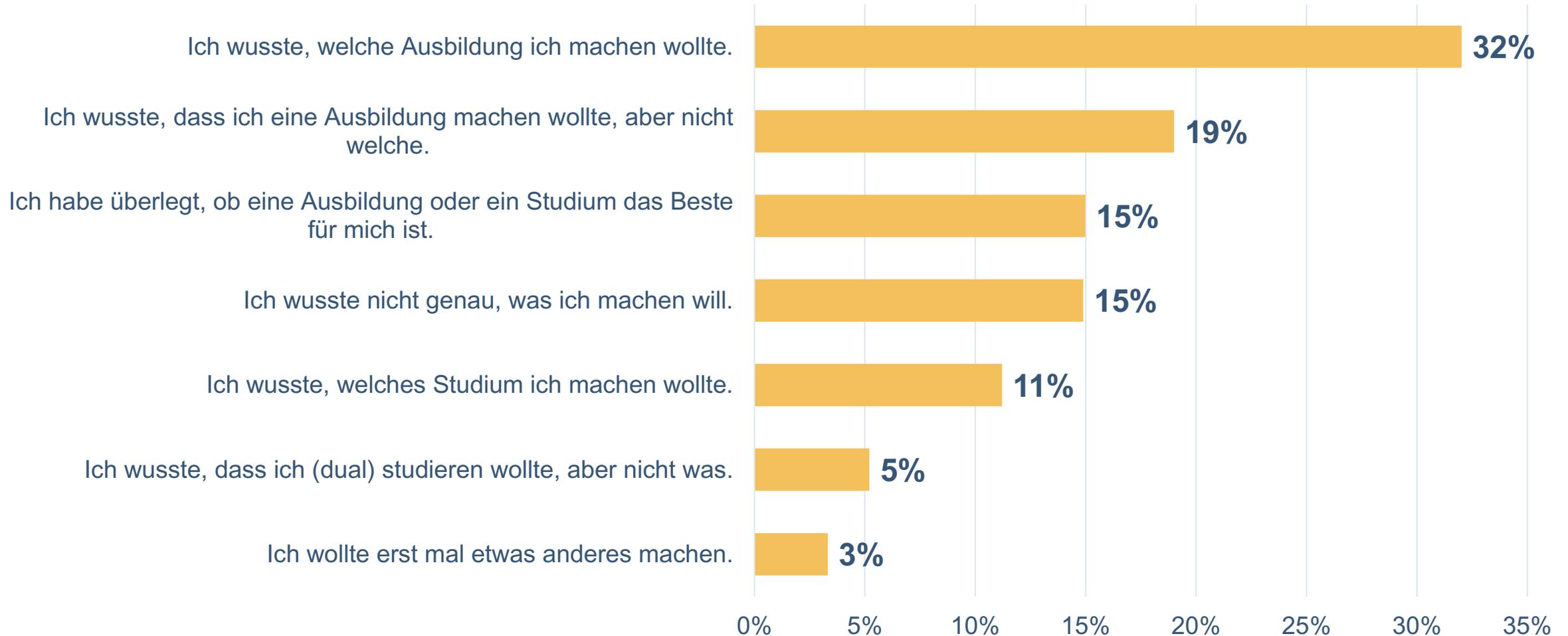
„Was möchtest du alternativ machen?“



Berufsorientierung

Frage an Azubis, dual Studierende und Bewerbende:

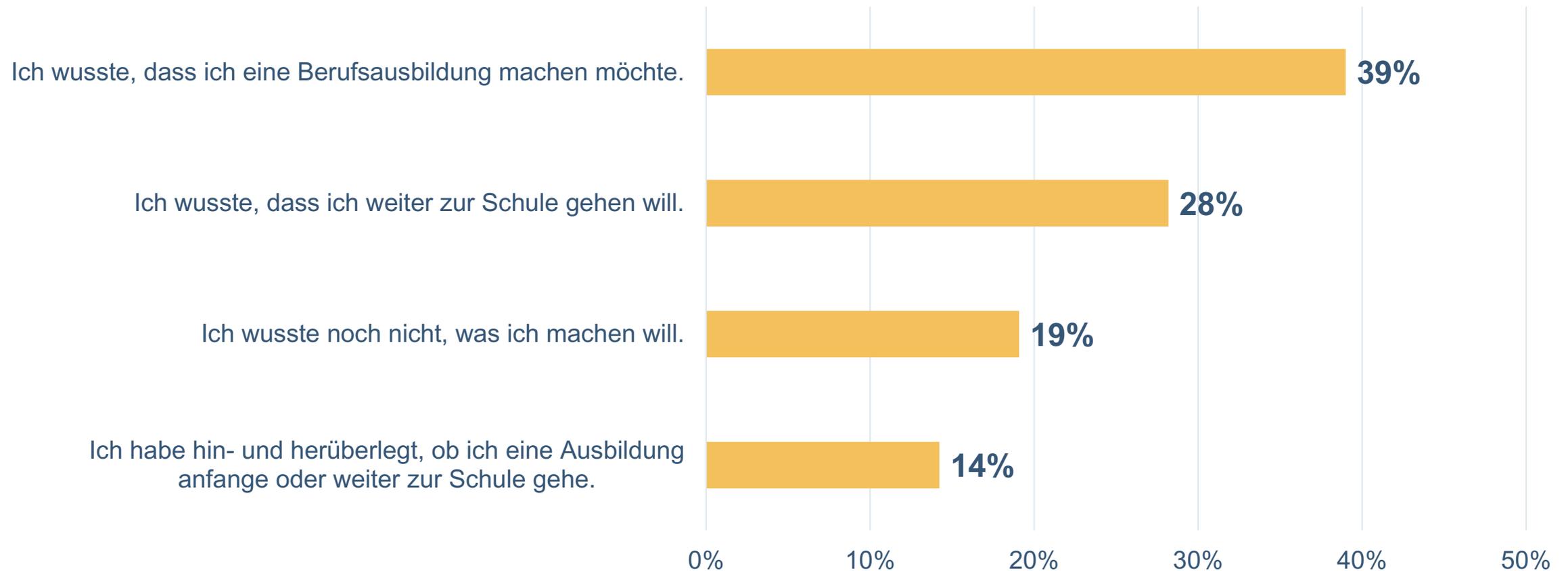
„Nach dem **letzten** Schulabschluss: Was **traf** auf dich zu?“



Berufsorientierung

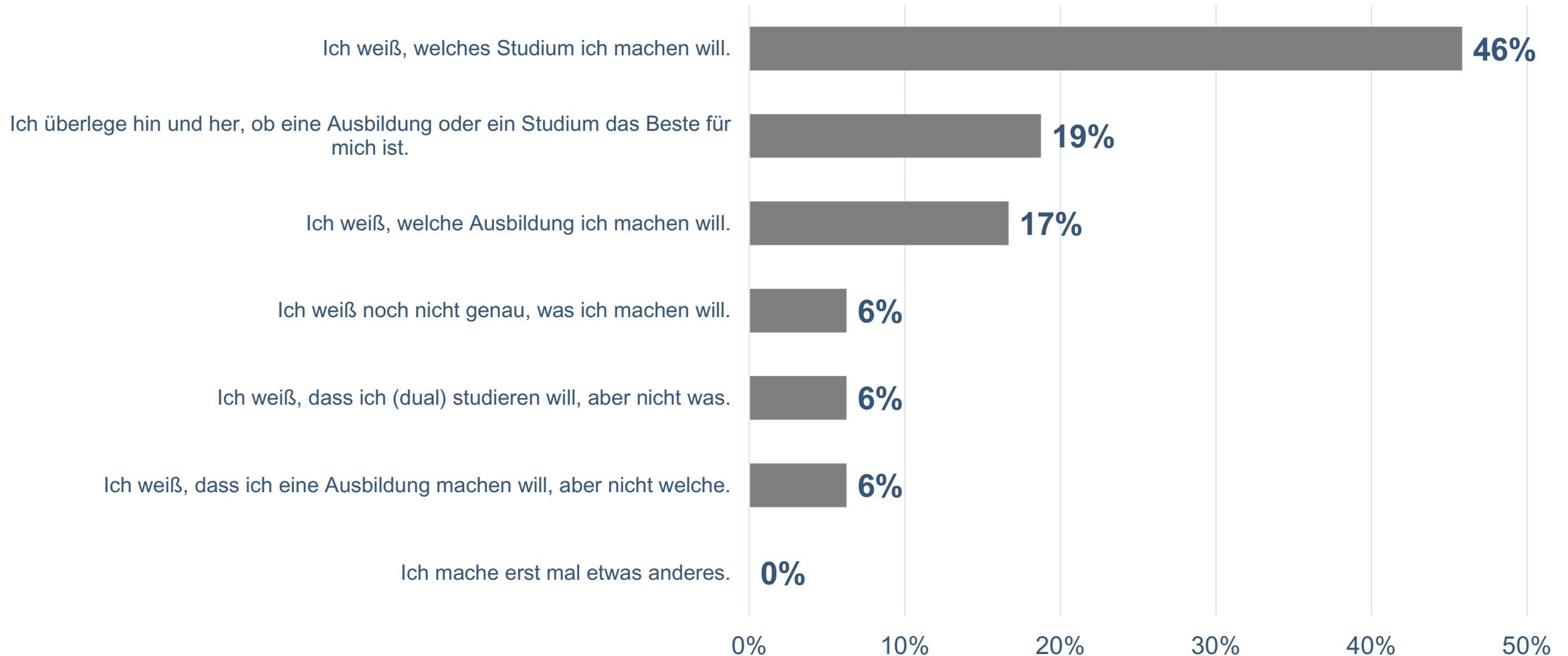
Frage an Azubis, dual Studierende und Bewerbende:

„Nach dem **ersten** Schulabschluss: Was **traf** auf dich zu?“



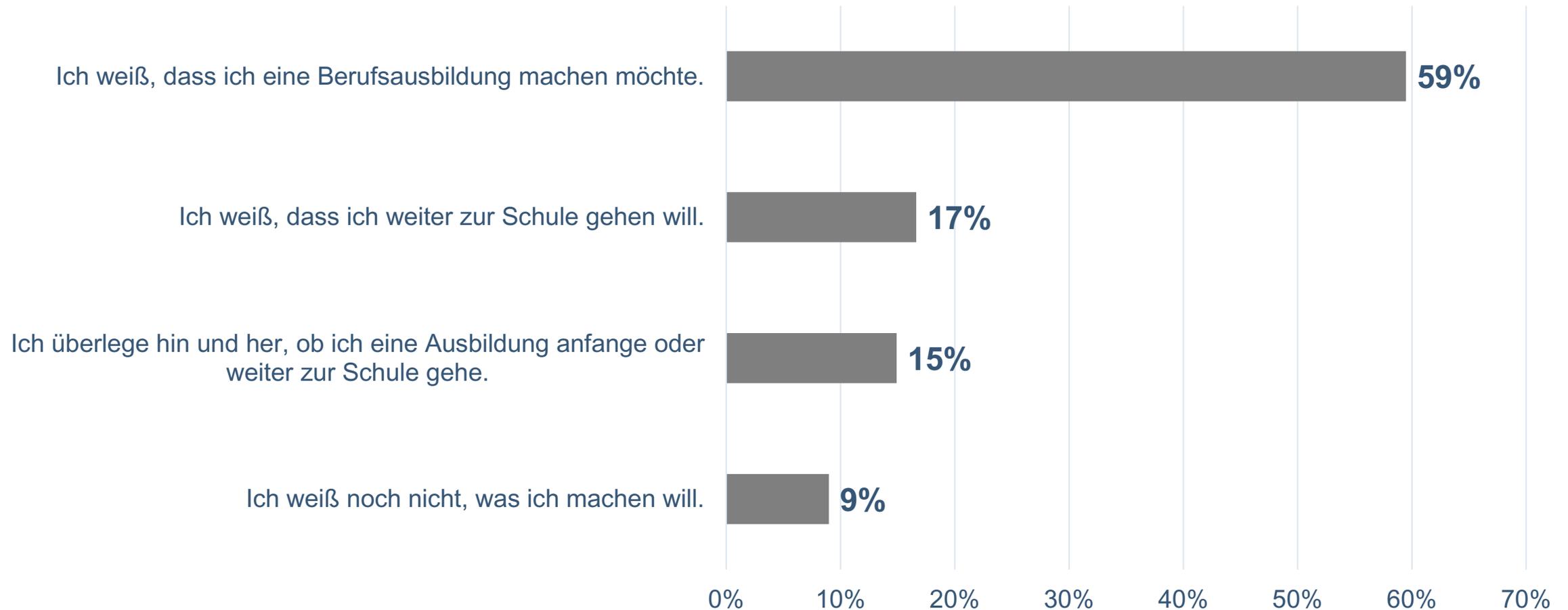
Berufsorientierung

Frage an die Schüler*innen: „Nach dem **letzten** Schulabschluss: Was **trifft** auf dich zu?“



Berufsorientierung

Frage an die Schüler*innen: „Nach deinem **ersten** Schulabschluss: Was **trifft** auf dich zu?“

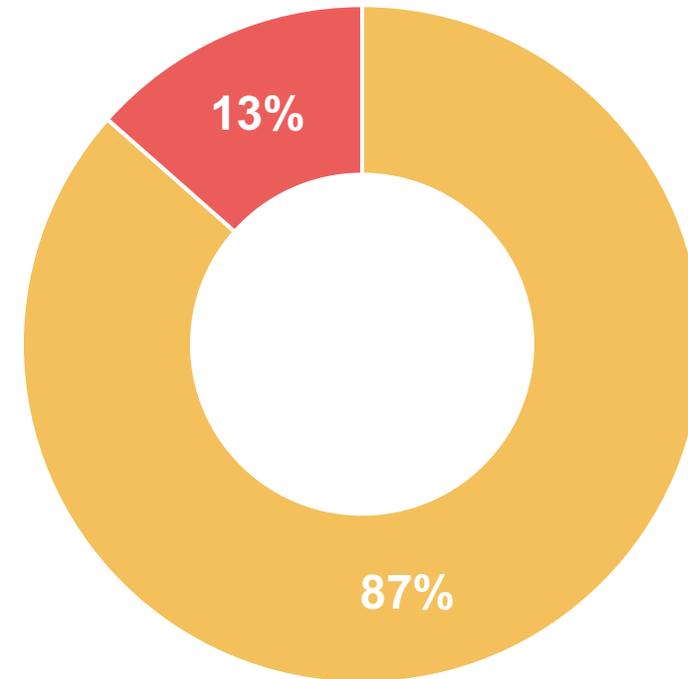


Die Idee eines Orientierungsjahrs

*Frage an Schüler*innen, Azubis, dual Studierende und Bewerbende:*

Vielen jungen Menschen fällt die Entscheidung für einen Ausbildungsberuf schwer.

*„Wie findest du die Idee einer „**Grundlagen-Ausbildung**“? Azubis beginnen mit einem halben Orientierungsjahr. Sie durchlaufen verschiedene Bereiche. Dann entscheiden sie sich für einen konkreten Ausbildungsberuf.“*



■ Finde ich gut

■ Finde ich nicht gut

*Frage an Schüler*innen, Azubis, dual Studierende und Bewerbende:
„Was würde dir helfen oder hätte dir geholfen, dich konkret für einen
Ausbildungsberuf zu entscheiden?“*

”

*Verschiedene Berufe
in echt zu sehen.*

”

Single zu sein

”

*Mehr Einblicke und praktische
Erfahrungen in verschiedenen
beruflichen Bereichen.*

”

*Mehr Möglichkeiten
durch 1-tägige Praktika.*

”

*Mehr Praktika in der Schule, ich finde ob Realschule oder Gymnasium in beiden bereits von mir
besuchten Schulformen waren es schlichtweg zu wenig Praktika, einige Menschen unter anderem
auch ich haben bzw. brauchen etwas länger den für Sie passenden Beruf zu finden.*

*Frage an Schüler*innen, Azubis, dual Studierende und Bewerbende:
„Was würde dir helfen oder hätte dir geholfen, dich konkret für einen
Ausbildungsberuf zu entscheiden?“*

”

*Längere Praktikas
in der Schulzeit*

”

Berufscoaching

”

*MEHR DIREKTE
PRAXISERFAHRUNGEN*

”

Mehr Praktika in der Schule

”

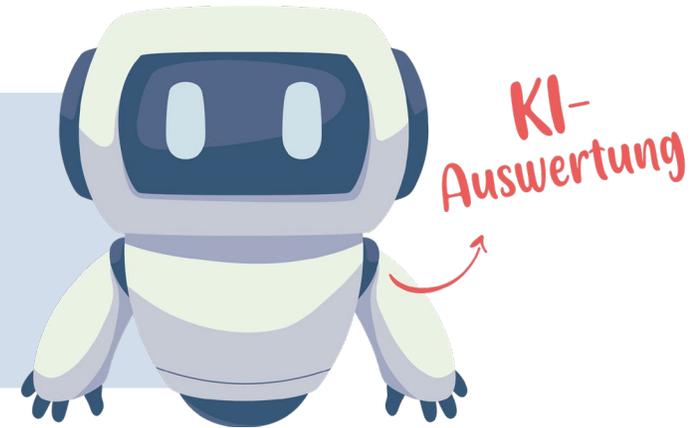
*Mehr Unterstützung und Informationen
während der Schulzeit. In der Oberstufe wird
einem hauptsächlich das Studium nahelegt.*

”

*In der Schule mehr über Ausbildungen und
Berufsbereiche aufgeklärt werden und
Praktikas mehr in die Schulzeit hineinbringen*

Berufsorientierung

*Hier sind die wichtigsten Themenpunkte, die Schüler*innen und Auszubildende auf die Frage „Was würde dir helfen oder hätte dir geholfen, dich konkret für einen Ausbildungsberuf zu entscheiden?“ geantwortet haben, absteigend nach Häufigkeit ihrer Thematisierung.*



- 1. Praktika** - Mehr Praktikumsmöglichkeiten während der Schulzeit.
- 2. Individuelle Beratung** - Personalisierte Beratungen und Mentor*innen.
- 3. Konkrete Informationen** - Klare Informationen über Gehalt, Karrierechancen und Tätigkeiten.
- 4. Berufsmessen** - Besuch von Berufsmessen und Informationsveranstaltungen.
- 5. Schulische Unterstützung** - Unterstützung und Förderung durch Lehrer*innen und Schule.
- 6. Erfahrungsberichte** - Berichte und Erfahrungen von aktuellen Azubis und Fachkräften.
- 7. Workshops und Projekte** - Praktische Workshops und Schulprojekte zu verschiedenen Berufen.
- 8. Online-Plattformen** - Nutzung von Online-Ressourcen und Plattformen zur Berufsinformation.
- 9. Elternberatung** - Beratung und Unterstützung durch Eltern und Familienmitglieder.
- 10. Praktische Tätigkeiten** - Möglichkeit, praktische Tätigkeiten und Arbeitsalltag kennenzulernen.

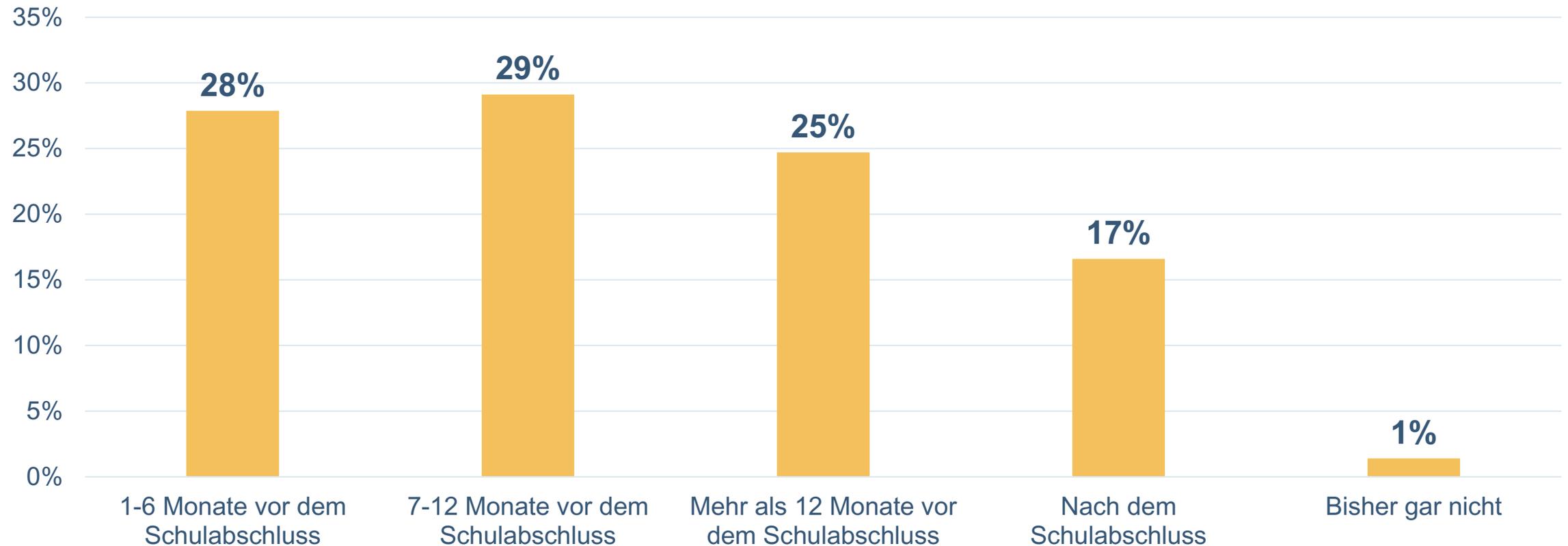
Schule – was dann?



Schule und dann?

Frage an Schüler*innen, Azubis, dual Studierende und Bewerbende:

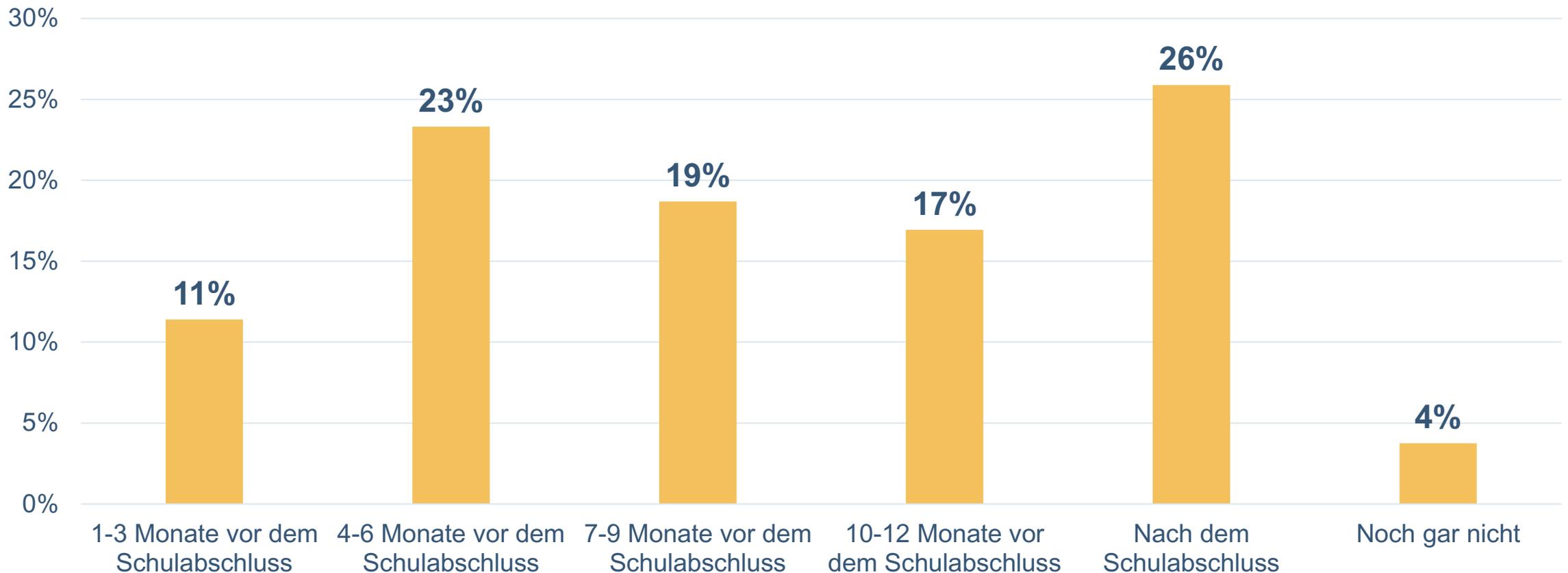
„Wann hast du dich **intensiv damit beschäftigt**, was du nach der Schule machen möchtest?“



Schule und dann?

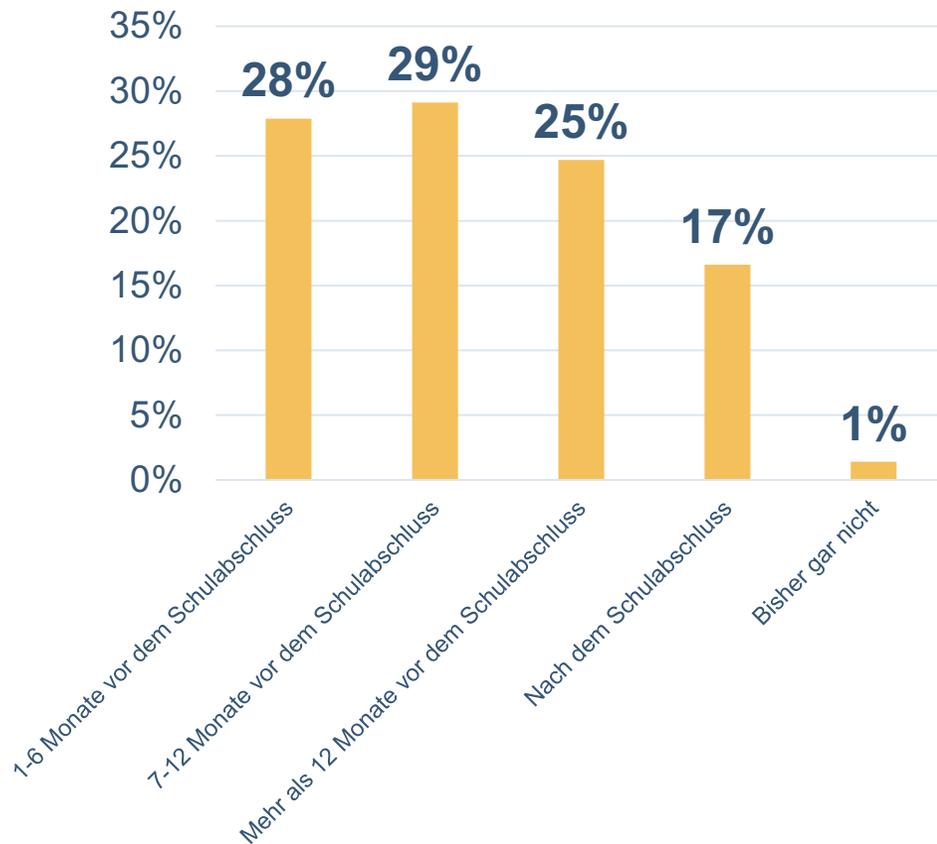
Frage an Schüler*innen, Azubis, dual Studierende und Bewerbende:

„Wann hast du dich **konkret** um einen Ausbildungsplatz, ein duales Studium oder ein Studium beworben?“

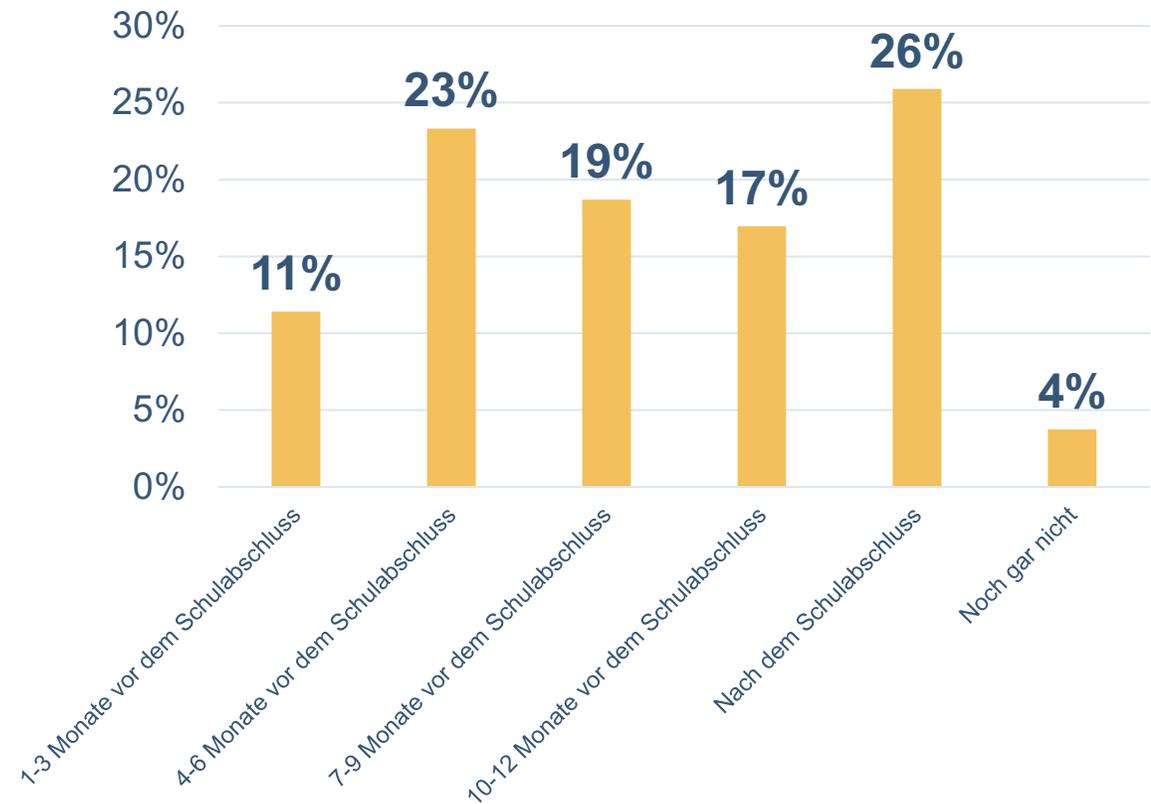


Schule und dann – Vergleich

„Wann hast du dich **intensiv** damit beschäftigt, was du nach der Schule machen möchtest?“



„Wann hast du dich **konkret** um einen Ausbildungsplatz, ein duales Studium oder ein Studium beworben?“



„Was würde Ihrer Meinung nach jungen Menschen helfen, sich konkret für einen Ausbildungsberuf zu entscheiden?“

„Videos, die den Beruf innerhalb des Unternehmens erklären und Erfahrungen von Azubis (z.B. Interview) zeigen

„Durch Praktika lernt man sehr viel über seinen zukünftigen Beruf. Einfach überall, wo die Kompetenzen stimmen, bewerben und reinschnuppern. So ist es am einfachsten sich zu entscheiden, was man werden möchte.

„Über Praktika in verschiedenen Betrieben, selbst innerhalb derselben Branche können junge Menschen einen guten Eindruck in ein Berufsfeld erlangen. Wir stellen Ausbildungsinteressierten immer einen Auszubildenden im zweiten oder dritten Lehrjahr zur Seite, damit diese im 1-zu-1 Austausch erfahren können, wie es bei uns im Unternehmen als Auszubildender ist. So können Ausbildungsinteressierte aus erster Hand erfahren, was auf sie zukommt. Das wurde bislang auch immer sehr positiv aufgenommen.

„Bessere Gehälter! Um den Fachkräftemangel besser in den Griff zu bekommen.

Tipp #2

Schaffen Sie Erlebnisse!

Alle Antworten zur beruflichen Orientierung zeigen: Jugendliche wollen mehr Erlebnisse von Ausbildung und Arbeit. Nichts gibt so gut Orientierung wie etwas auszuprobieren, seien es kleine Erlebnisse auf Jobmessen, Schnuppertage oder, ganz wichtig, Praktika. Machen Sie sich und Ihre Ausbildung erlebbar.

Schauen Sie sich unser Video „Berufswahlmessen – So kommunizieren Sie richtig“ an:

shrtnr.link/messe



Wie wäre es mit Angeboten zum Jobben? Die häufigste Alternative bei Jugendlichen, die nach der Schule nicht direkt eine Ausbildung oder ein Studium beginnen, ist es, erst mal Geld zu verdienen, ohne sich festlegen zu müssen.



Wie wäre es mit Aushilfsjobs zur Berufsorientierung? Die Jugendlichen, die sich bei Ihnen wohlfühlen, können Sie vielleicht auch für eine Ausbildung überzeugen. Wer jobbt, zeigt Initiative und sitzt nicht zu Hause auf dem Sofa herum.

87 % der Jugendlichen fanden unsere Idee eines Berufsorientierungsgrundjahres gut: **Ausprobieren, ohne sich sofort entscheiden zu müssen.** Das Berufsbildungsgesetz deckt diese Idee nicht ab. Der Wunsch der Jugendlichen sollte uns animieren, entsprechende Lösungen zu finden. Einfach schauen, was möglich ist?



Tipp #3

Rekrutieren Sie kurzfristig

17 % der Jugendlichen beschäftigen sich erst nach dem Schulabschluss intensiv mit dem Thema der beruflichen Orientierung. Sind das die Unmotivierten? Hätten sie sich rechtzeitig kümmern müssen? Man weiß es nicht, man glaubt es nur. Glaubenssätze wie diese sind mit schuld daran, wenn Unternehmen Ausbildungsplätze nicht besetzen können.

Die Eignungsdiagnostik nennt das den Beta-Fehler. Bewerbende werden abgelehnt, obwohl sie geeignet wären. **Das passiert, wenn wir auf Glaubenssätze vertrauen, anstatt Eignung zu messen.**

Sehen Sie es so: Diese 17 % haben sich auf etwas Wesentliches fokussiert: ihren Schulabschluss. Ein Schritt nach dem nächsten und nicht alle gleichzeitig.





Zugegeben, kurzfristiges Rekrutieren erschwert das Planen. Dafür ist die Gefahr, dass der Bewerbende abspringt, viel geringer, als wenn Sie mit großem Vorlauf rekrutieren.

Die **Zielgruppe der Studienabbrecher** erreichen Sie kurzfristig oft besser. Deren Interesse ist groß, nicht mehr Zeit zu vertun, sondern direkt mit etwas Neuem zu starten.

Am besten lernen Menschen aus Erfolgen. Am zweitbesten aus Fehlern anderer. Wie Sie Fehler in Bewerbungsprozessen vermeiden, haben wir Ihnen im Webinar Bewerbungsprozesse gezeigt. Einfach noch mal anschauen:

shrtnr.link/bessere-bewerbungsprozesse



Image



„Vorstellungsbilder und Assoziationen von einem Ausbildungsbetrieb und einem Ausbildungsberuf entscheiden darüber, ob eine Jungerwachsene/r sich damit intensiver auseinandersetzt oder nicht. Verbindet man mit dem Ausbildungsberuf des/r Kaufmannes/-frau im Einzelhandel „lediglich“ Scanner-Kassen bedienen und Regale einräumen, so wird man zum einen dem Ausbildungsberuf des ehrenwerten Kaufmanns nicht gerecht und zum anderen wird man sich aufgrund seiner Vorstellungsbilder und Einstellung nicht mit diesem Beruf intensiver auseinandersetzen. Image kann beeinflusst werden, da es sich um subjektive Ansichten (i.S. von Wissen und gefühlsmäßiger Wertung) handelt. Let's do it!“



Image der Ausbildung

„Unsere Ausbildung / unser duales Studium genießt bei Ausbildungsplatzbewerbenden / dual Studierenden einen sehr guten Ruf.“

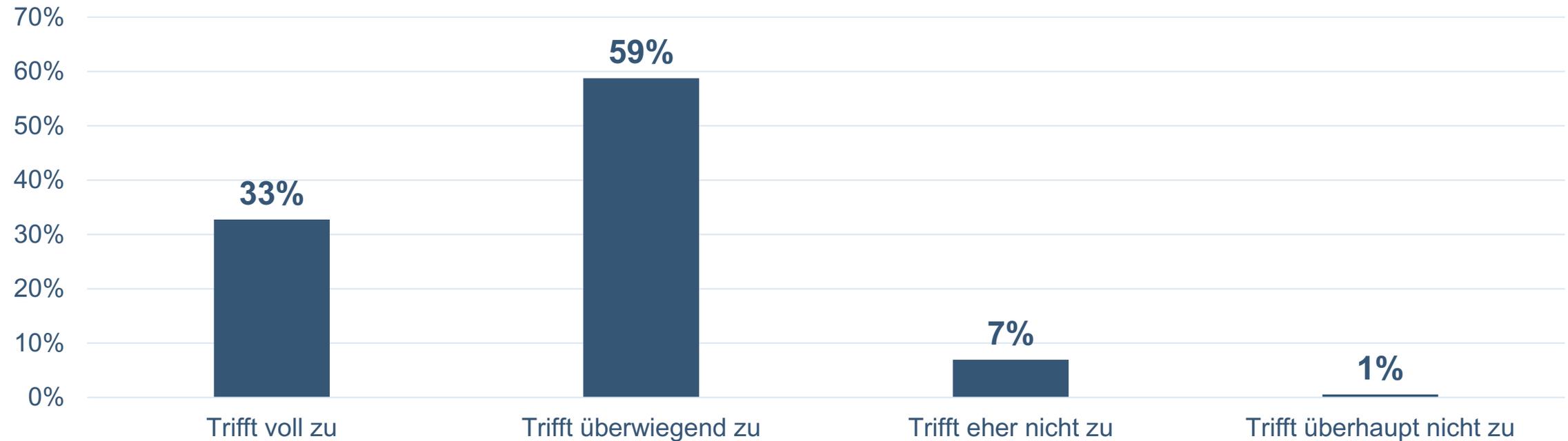


Image der Ausbildung – Azubis

„Ich habe mich bei meinem Unternehmen beworben, weil die Ausbildung einen sehr guten Ruf genießt.“

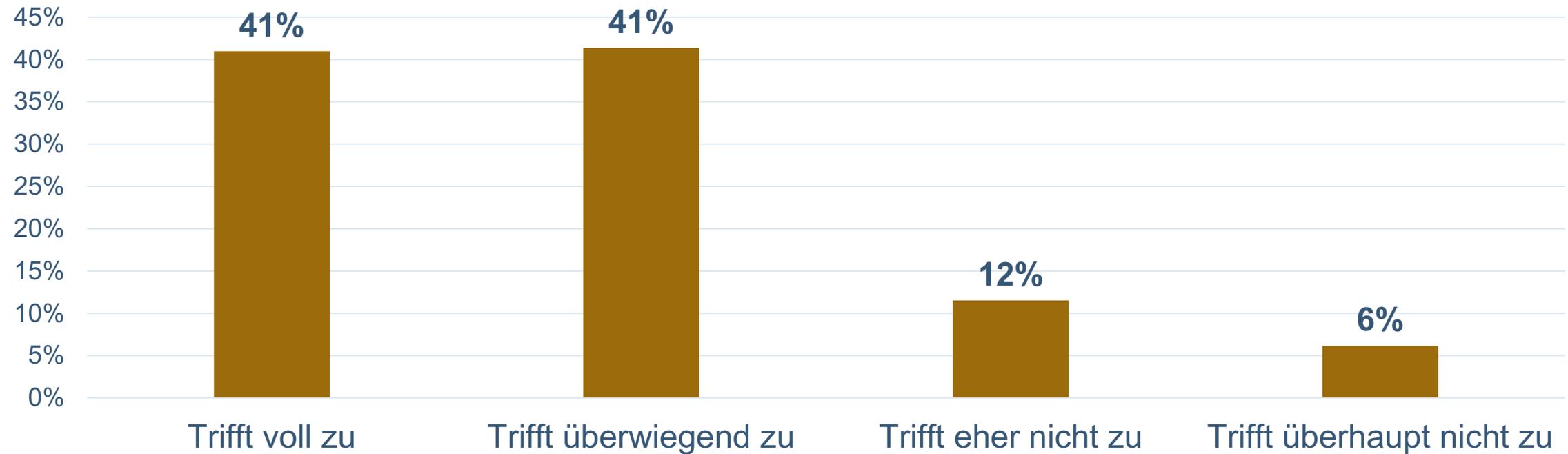
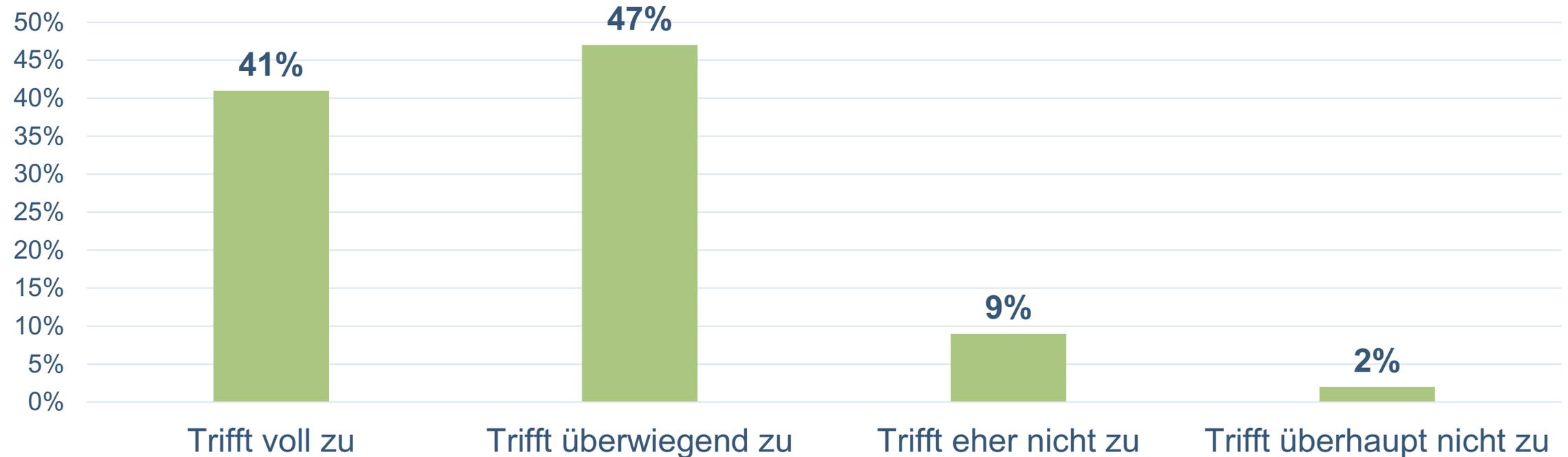


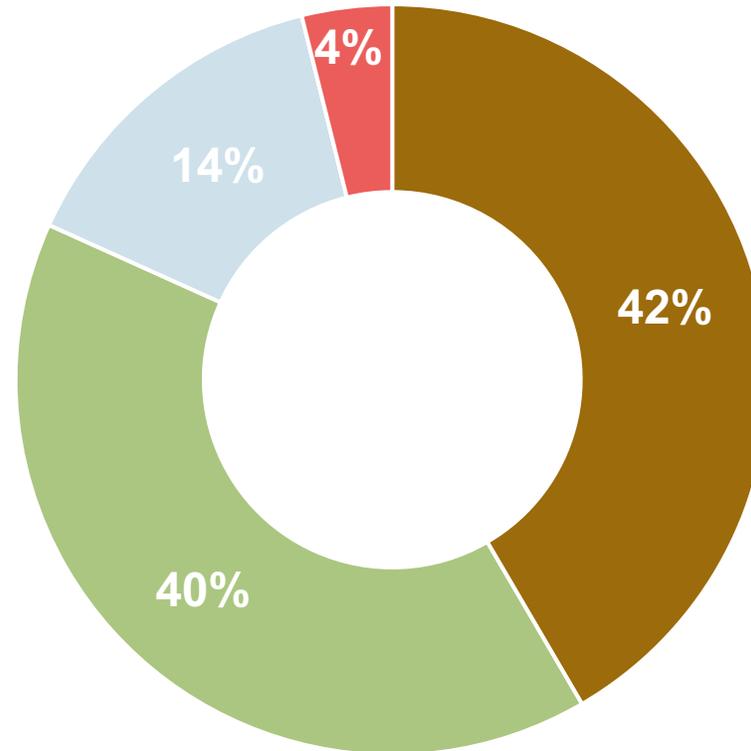
Image des Studiums – dual Studierende

„Ich habe mich bei meinem Unternehmen beworben, weil das duale Studium einen sehr guten Ruf genießt.“



Anforderungen – Azubis

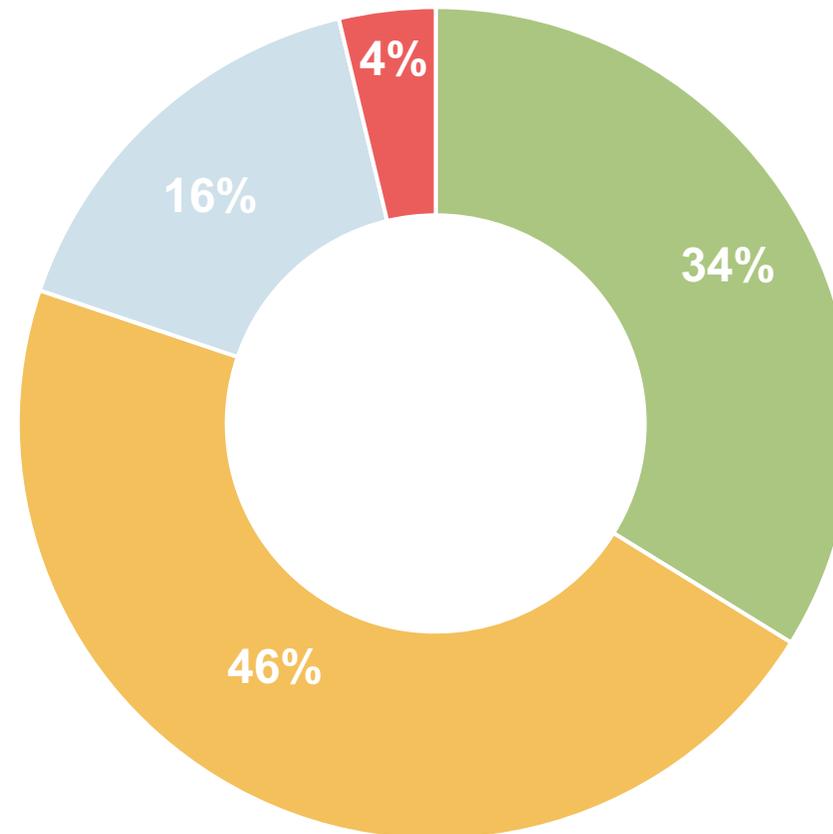
„Mein Unternehmen hat mich vor Ausbildungsbeginn umfassend über die Anforderungen meines Berufes informiert.“



■ Trifft voll zu ■ Trifft überwiegend zu ■ Trifft eher nicht zu ■ Trifft überhaupt nicht zu

Anforderungen – dual Studierende

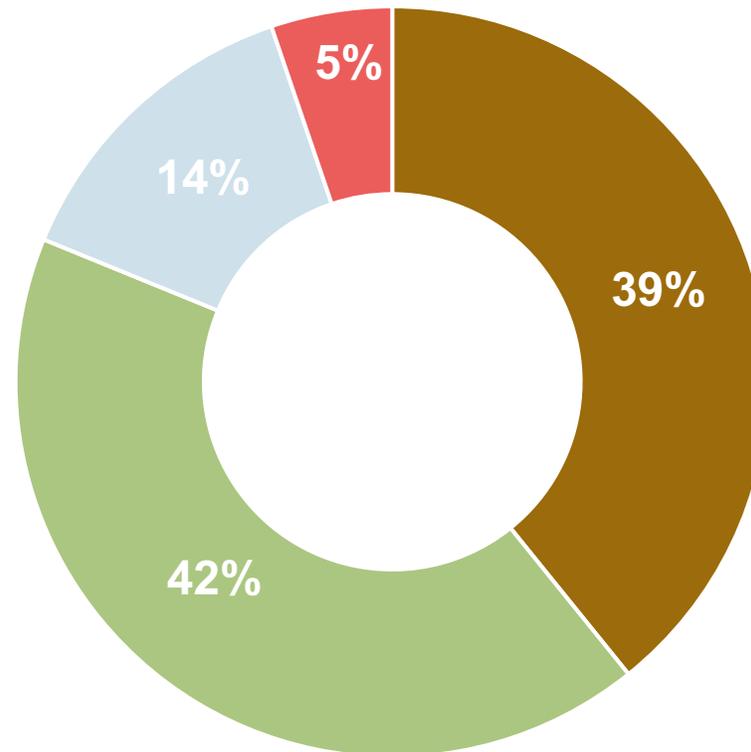
„Mein Unternehmen hat mich vor Beginn des dualen Studiums umfassend über die Anforderungen meines Berufes informiert.“



■ Trifft voll zu ■ Trifft überwiegend zu ■ Trifft eher nicht zu ■ Trifft überhaupt nicht zu

Positives Bild – Azubis

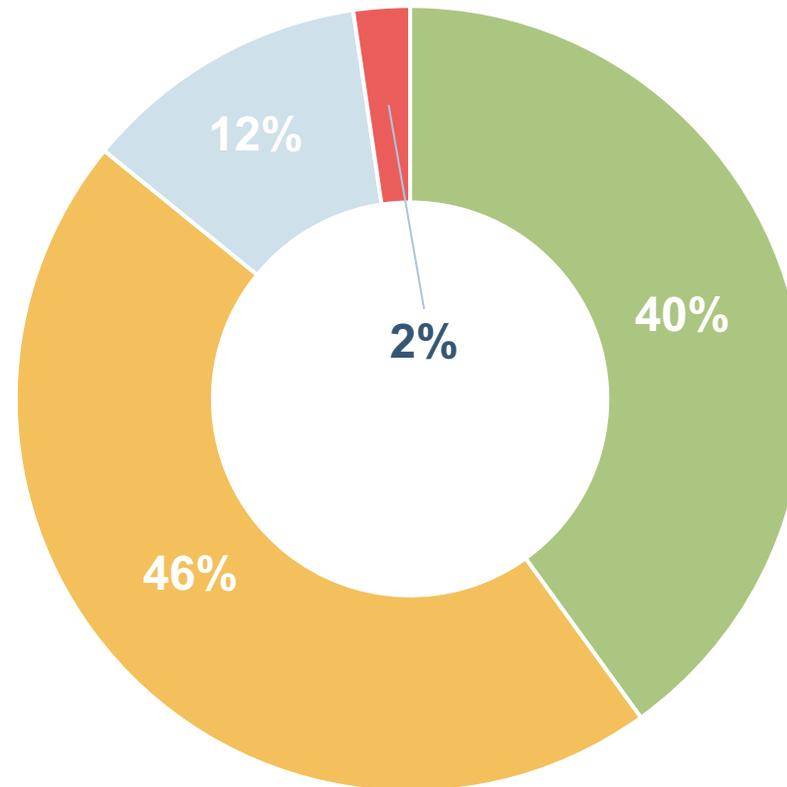
„Das positive Bild, das ich vor Ausbildungsbeginn hatte, hat sich im Ausbildungsalltag bestätigt.“



■ Trifft voll zu ■ Trifft überwiegend zu ■ Trifft eher nicht zu ■ Trifft überhaupt nicht zu

Positives Bild – dual Studierende

„Das positive Bild, das ich vor Beginn des dualen Studiums hatte, hat sich im Unternehmensalltag bestätigt.“



■ Trifft voll zu

■ Trifft überwiegend zu

■ Trifft eher nicht zu

■ Trifft überhaupt nicht zu



„Gut ausbilden ist die beste Werbung“

- Betrachten Sie die **gesamte Azubi-Journey** in Ihrem Ausbildungsbetrieb: Angefangen bei Recruiting und Bewerbung über Preboarding und Integration bis zur Zeit nach der Ausbildung
- Gehen Sie auf die **Wünsche und Bedürfnisse** Ihrer Azubis ein: Die Mitarbeiterzufriedenheit wirkt sich positiv auf Bindungsverhalten und Weiterempfehlungsbereitschaft aus
- Setzen Sie Ihre Azubis als **Botschafter** ein: Empfehlungen und Einblicke von Peers sind besonders authentisch. Wichtig dabei: Zielgruppengerechte Kommunikationsformate und -kanäle
- Machen Sie Ihre gute Ausbildung **erlebbar**: Durch Praktika, Aktionstage, Schnupperangebote etc.
- Zeigen Sie Ihre gute Ausbildung nach **außen**: Mit einem Gütesiegel von neutraler Stelle für Ihre betriebliche Ausbildung
- Und: Halten Sie das, was Sie versprechen!

Ausbildungsplatz- suche

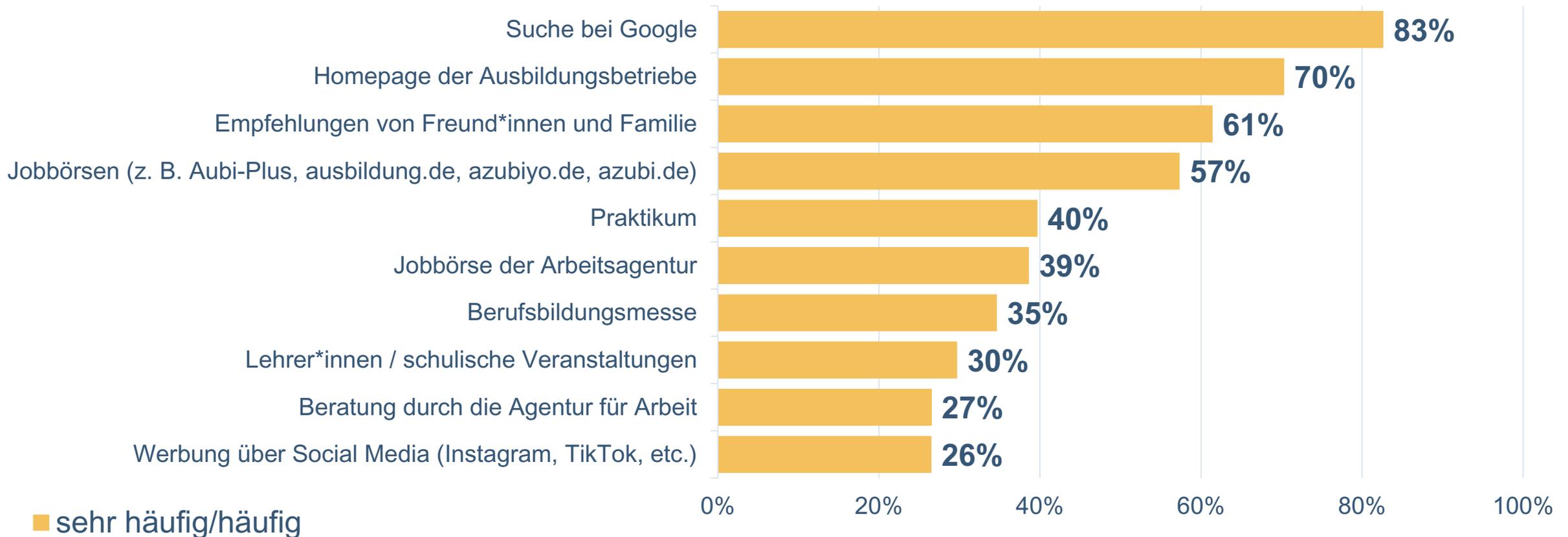


„Die Ausbildungsplatzsuche im Rahmen der vorliegenden Studie ist multidimensional. Es gibt die Schüler*innen und die Ausbildungsbetriebe. Es gibt die Suchkanäle, die von Seiten der Schüler*innen und die, die von Seiten der Ausbildungsbetriebe genutzt werden. Entscheidend bei der Ausbildungsplatzsuche ist aber für beide Zielgruppen, welche Kanäle erfolgreich sind und welche nicht. Nur weil man einen Suchkanal nutzt bedeutet dies nicht, dass dieser auch erfolgreich ist. Zur erfolgreichen Nutzung benötigt man jedoch auch Wissen, auch und insbesondere über Google. Warum? Lesen Sie hier!“



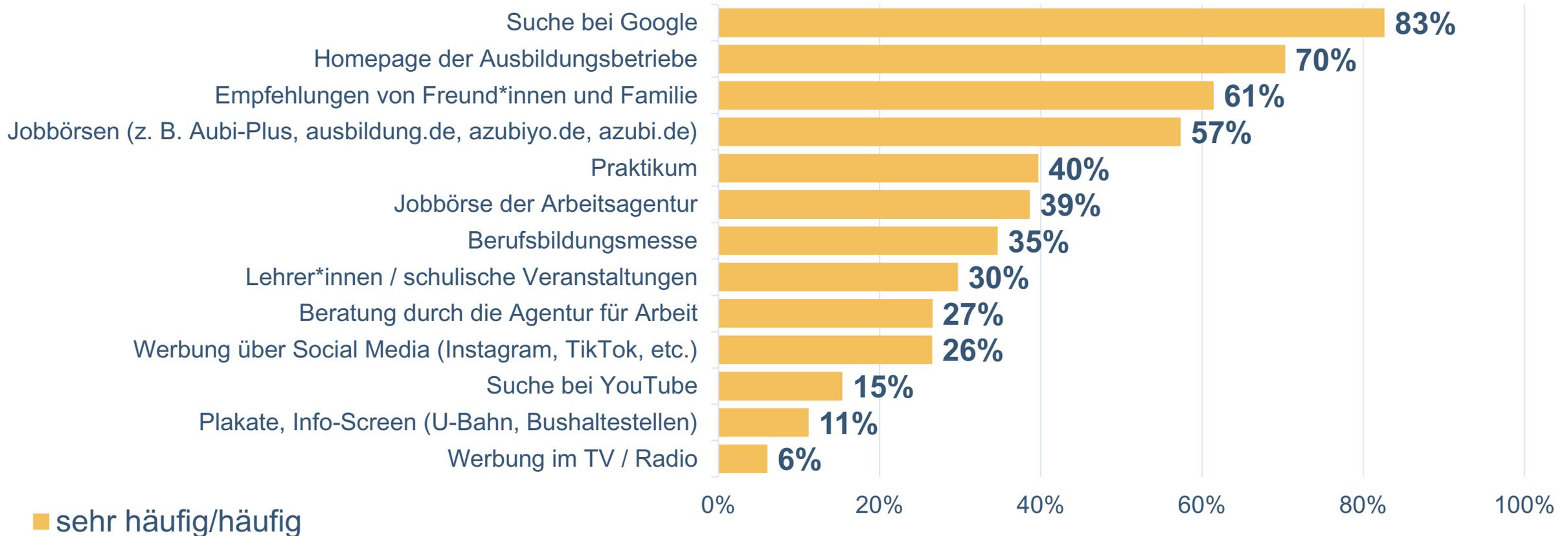
Informationskanäle – Top 10

„Welche der folgenden Informationskanäle nutzt du bzw. hast du wie häufig für die Suche nach einem Ausbildungsplatz oder einem dualen Studium genutzt?“



Informationskanäle

„Welche der folgenden Informationskanäle nutzt du bzw. hast du wie häufig für die Suche nach einem Ausbildungsplatz oder einem dualen Studium genutzt?“



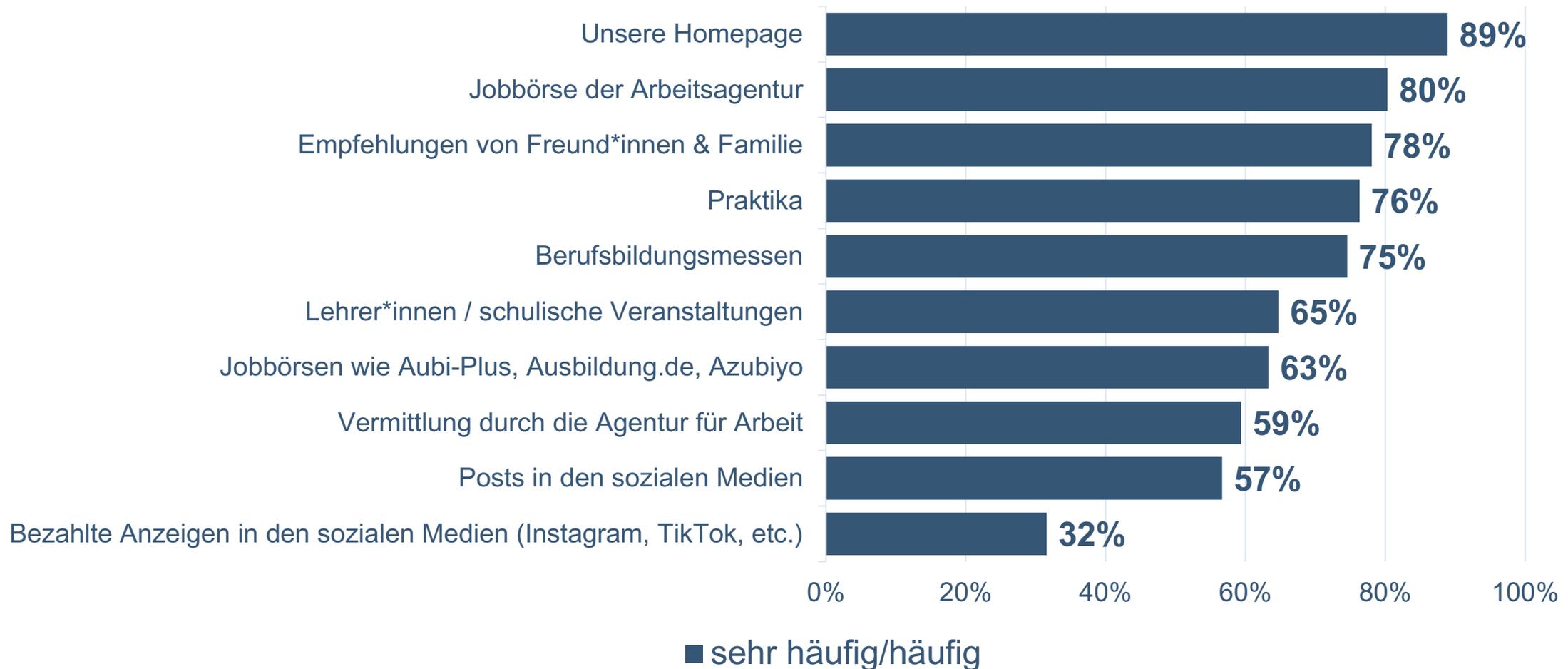
Informationskanäle – Top 6 / Flop 6

„Welche der folgenden Informationskanäle nutzt du bzw. hast du wie häufig für die Suche nach einem Ausbildungsplatz oder einem dualen Studium genutzt?“



Azubi-Suche – Top 10

„Welche der folgenden Kanäle nutzen Sie, um Ihre Ausbildungsplätze zu bewerben?“



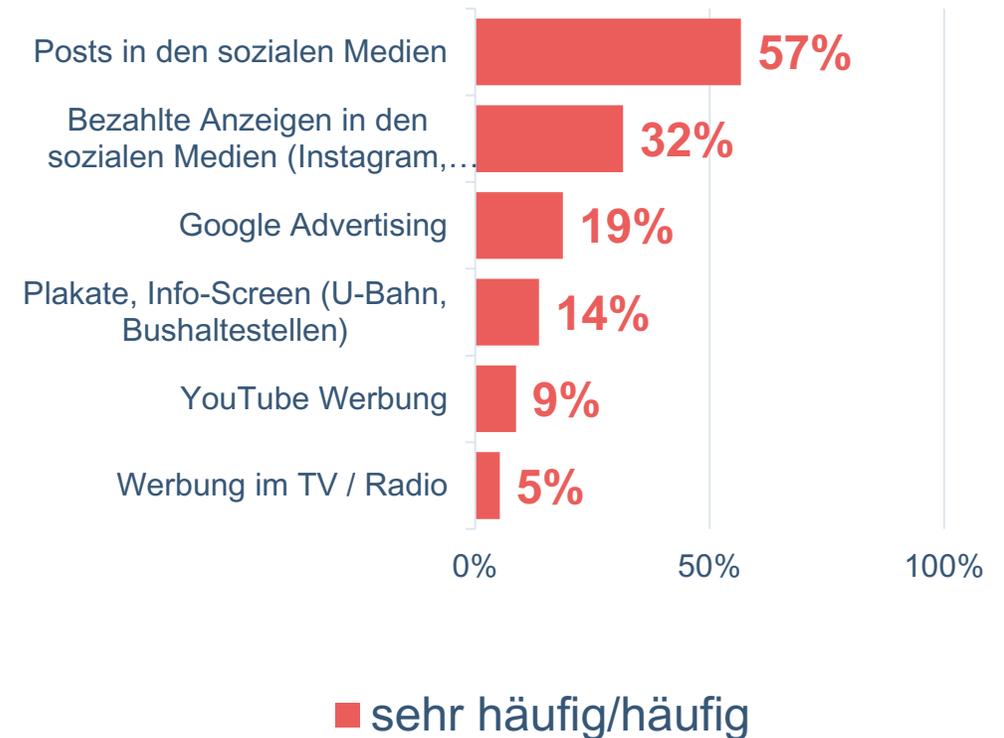
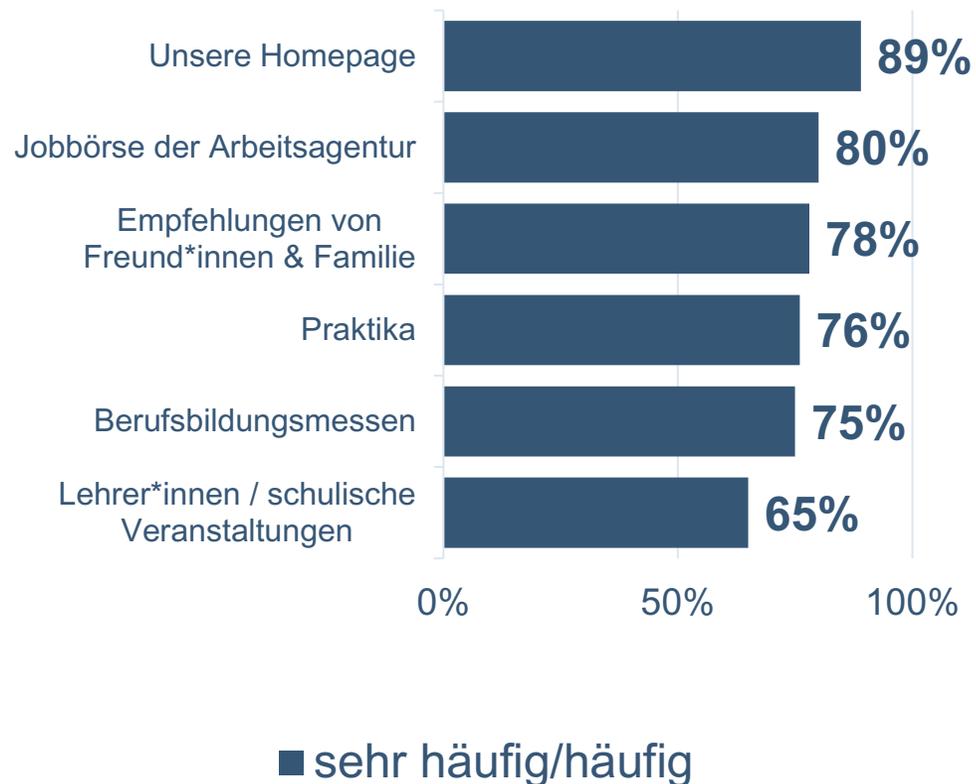
Azubi-Suche

„Welche der folgenden Kanäle nutzen Sie, um Ihre Ausbildungsplätze zu bewerben?“



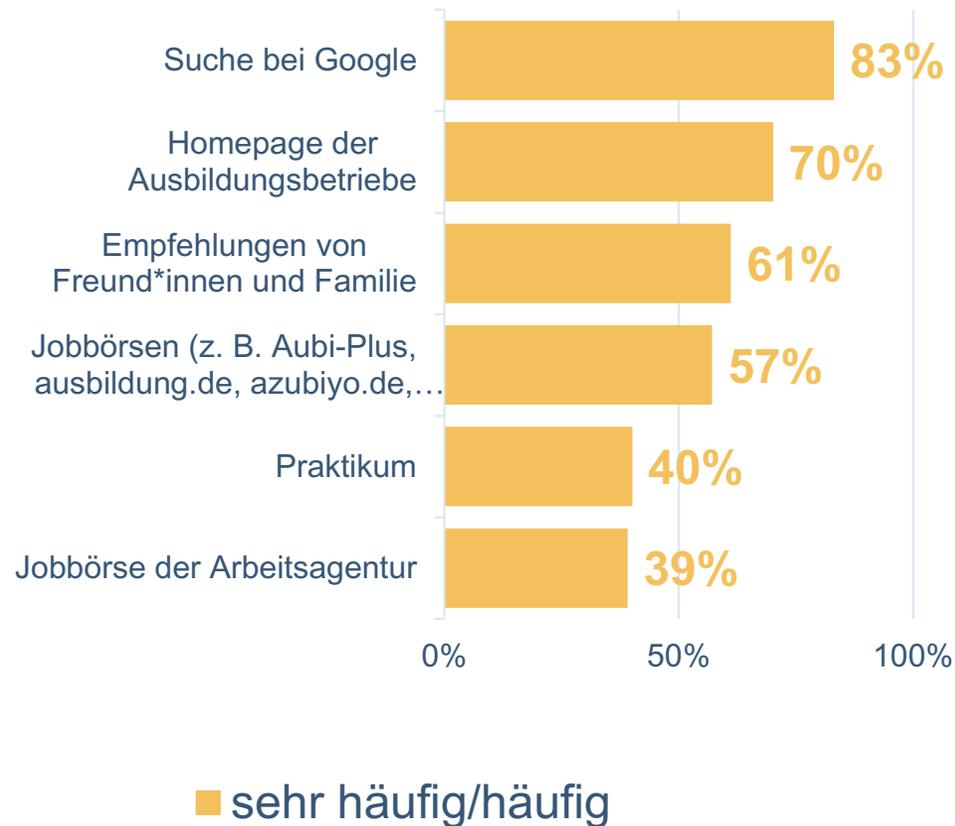
Azubi-Suche – Top 6 / Flop 6

„Welche der folgenden Kanäle nutzen Sie, um Ihre Ausbildungsplätze zu bewerben?“

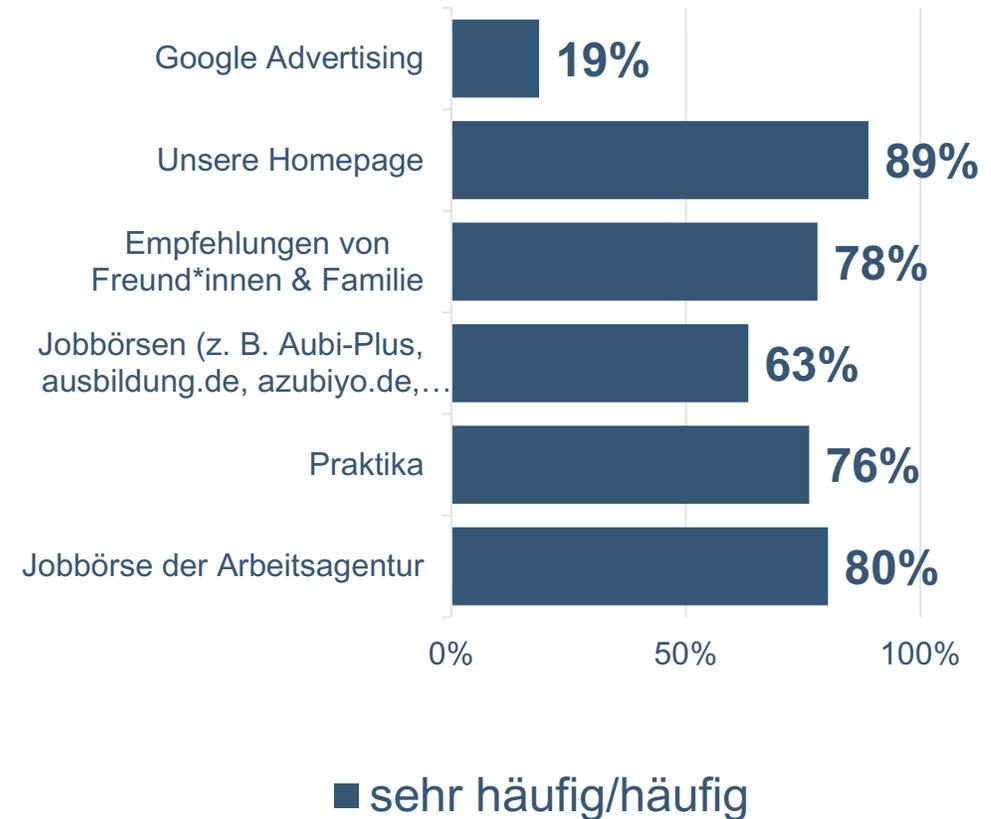


Kanäle im Vergleich

*Nutzung Schüler*innen, Bewerbende und dual Studierende*



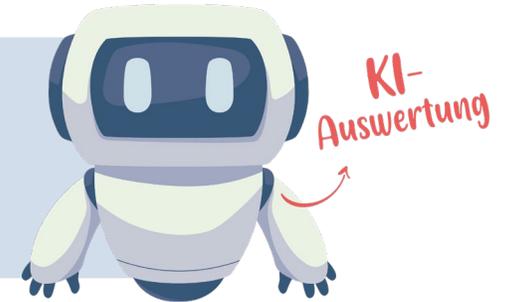
Nutzung Unternehmen



Azubi-Suche

Frage an die Azubis: „Was rätst du Unternehmen: Wie können sie mehr Schüler*innen für die duale Ausbildung gewinnen?“

Hier sind die wichtigsten Themenpunkte, die Azubis auf die Frage „Was rätst du Unternehmen: Wie können sie mehr Schüler*innen für die duale Ausbildung gewinnen?“ geantwortet haben, absteigend nach Häufigkeit ihrer Thematisierung.



- 1. Mehr Werbung** – Am häufigsten genannt, um mehr Aufmerksamkeit für die duale Ausbildung zu erzeugen.
- 2. Schnuppertage** – Angebote wie Schnuppertage, an denen Schüler*innen das Unternehmen und die Ausbildung kennenlernen können.
- 3. Mehr Gehalt** – Erhöhung der Ausbildungsvergütung, um die Attraktivität der dualen Ausbildung zu steigern.
- 4. Direkter Kontakt zu Schulen** – Unternehmen sollten direkten Kontakt zu Schulen aufnehmen und sich dort vorstellen.
- 5. Social-Media-Nutzung** – Vermehrte Nutzung von Social Media Plattformen für die Ansprache der Zielgruppe.
- 6. Ausbildungsmessen** – Teilnahme an Ausbildungsmessen, um direkt mit potenziellen Auszubildenden in Kontakt zu treten.
- 7. Bessere Arbeitsbedingungen** – Verbesserung der Arbeitsbedingungen und Zusatzleistungen (Benefits) anbieten.

Tipp #4

Schaffen Sie Sichtbarkeit bei Google

Sechs Jahre, drei Studien und immer das gleiche Ergebnis: über **80 %** der Jugendlichen suchen bei Google nach Ausbildungsplätzen. Wie Sie erfolgreich in den sozialen Medien Azubis rekrutieren, ist Thema jeder Veranstaltung und vieler Posts bei LinkedIn und Co. Darüber, wie Ihnen das mit Google gelingt, ist wenig zu lesen. Und das, obwohl Google Platz 1 der beliebtesten Kanäle belegt und die sozialen Medien nur Platz 10.

Schaffen Sie Sichtbarkeit bei Google. Optimieren Sie Ihre Karriereseite für Google for Jobs oder schalten Sie Anzeigen bei Google (Google Ads).



3 kurze Tipps für Ihre Sichtbarkeit bei Google

! Google kann PDF nicht lesen. Stellenanzeigen müssen eine HTML-Seite haben.

! Google bevorzugt Stellenanzeigen mit der direkten Bewerbung ohne Registrierung (der sogenannte Direct Apply)

! Kein Jugendlicher sucht nach „Schüler+innen“, sondern nach Ausbildung. Nennen Sie Kategorien auf Ihrer Karriereseite so, wie Jugendliche bei Google suchen würden.

Noch mehr Tipps zu Google gibt es in unserem Google-Paper, das Sie hier kostenlos runterladen können:

shtrnr.link/google-for-jobs



Tipp #5

Die magischen Fünf

Im Online-Marketing sagt man, dass es fünf Kontaktpunkte braucht, damit aus einem Cold-Call ein Lead wird. Damit jemand, der Sie bisher nicht kannte, bereit ist, Ihnen etwas abzukaufen. Wer kauft, trifft keine lebensverändernde Entscheidung (zumindest meistens nicht). Wer sich für eine Ausbildung entscheidet, schon.

Dafür ist es beim Thema Ausbildung wahrscheinlich leichter, die Aufmerksamkeit eines jungen Menschen zu erzielen. Im Zweifelsfall weiß er, dass er sich kümmern sollte.





Trotzdem ist die fünf ein guter Richtwert. Schauen Sie, dass Sie aus der Liste der genutzten Kanäle mindestens fünf nutzen. Nicht nur nutzen, sondern dass Sie in fünf Kanälen für Ihre Ausbildung begeistern. Mit lebendigen Messeauftritten, attraktiven Stellenanzeigen, informativen Karriereseiten, einem aktiven Empfehlungsmarketing und Sichtbarkeit bei Google.

Noch mehr Tipps finden Sie in unserem E-Paper „20 Tipps für mehr Sichtbarkeit“, das Sie hier kostenlos herunterladen können.



shrtnr.link/20-tipps

Bewerbung und Hürden



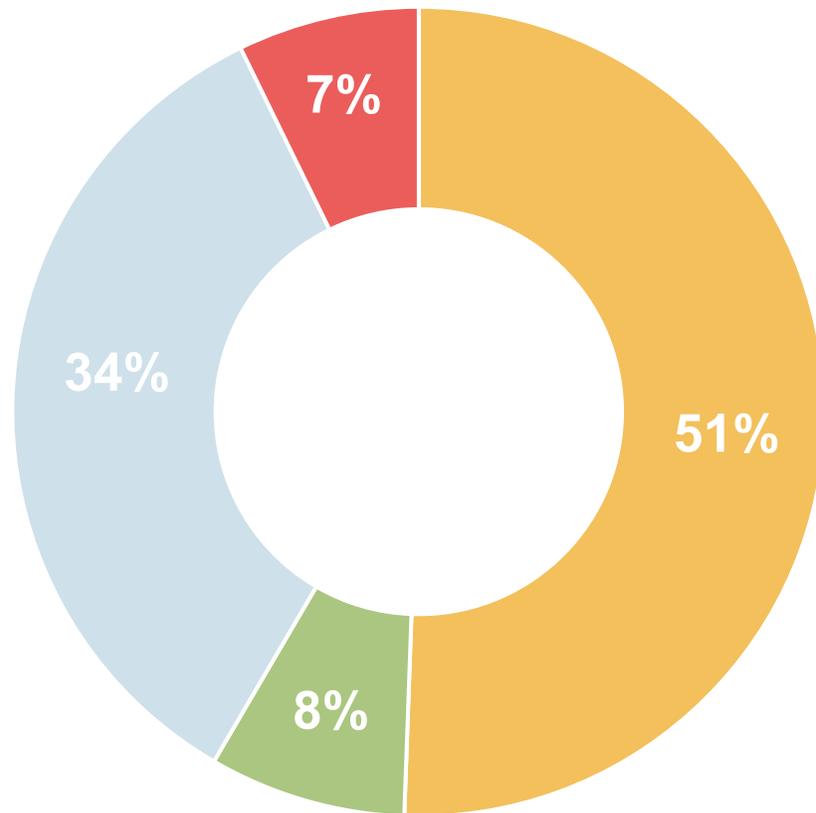
**„Im alten Griechenland widmete man sich vor 2.000 Jahren der Frage:
Wie konstruiert man eine Länge, so dass ein Quadrat mit dieser Seitenlänge
genau den gleichen Flächeninhalt hat wie ein Kreis mit gegebenem Radius?
Das Problem ist die Quadratur des Kreises! Es ist also der Hinweis darauf,
dass es sich um ein scheinbar unlösbares und schwieriges Problem handelt.
So verhält es sich heute auch mit der Bewerbung und seinen Hürden.
Je mehr Unternehmen auf Bewerberangaben und Bewerbungsunterlagen
verzichten, desto schwieriger wird gefühlt die Auswahl von passenden
Kandidat*innen. Je mehr Bewerbungsangaben und -unterlagen die
Ausbildungsbetriebe fordern, desto weniger Bewerbungen von geeigneten
Kandidat*innen. Es ist die Quadratur des Kreises!“**



Schnelle Bewerbung

Frage an Schüler*innen, Azubis, dual Studierende und Bewerbende:

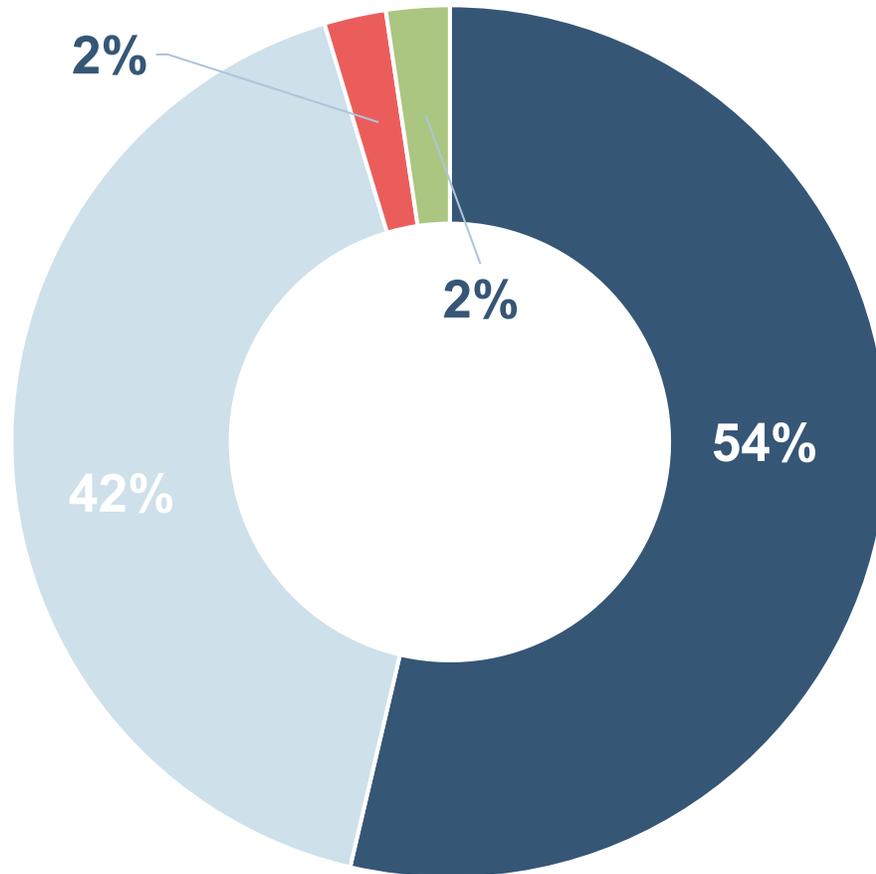
„Erhöht eine schnelle, einfache Bewerbung die Chance, dass du dich bei einem Unternehmen bewirbst?“



- Auf jeden Fall
- Abhängig davon, ob ich schon ein Angebot habe
- Abhängig vom Unternehmen, bei dem ich mich bewerbe
- Nein

Schnelle Bewerbung

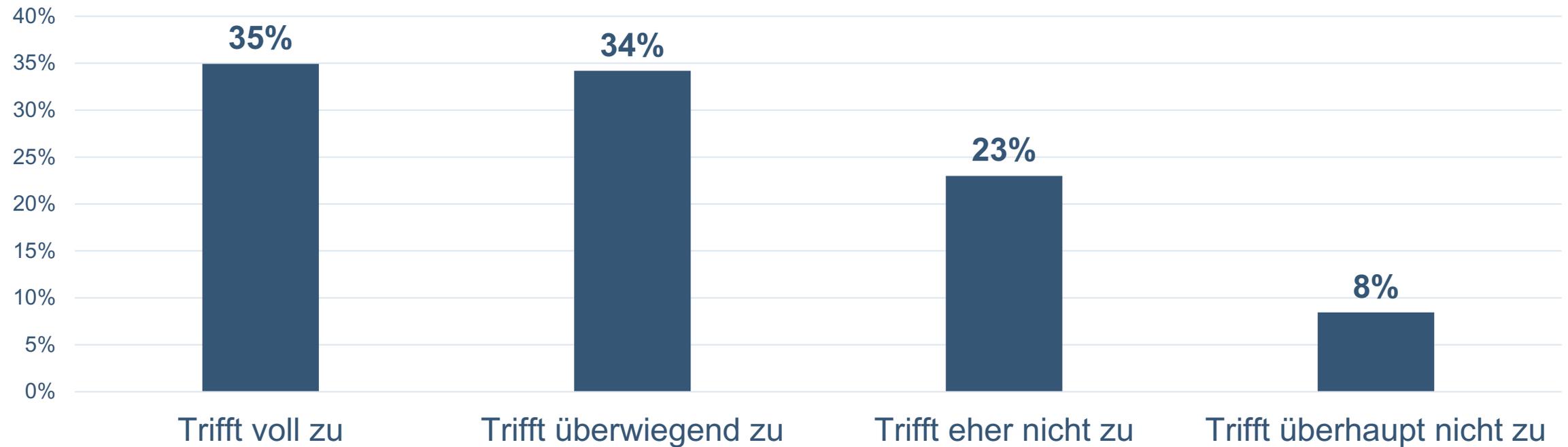
„Geht es einfach und schnell, sich bei Ihnen zu bewerben?“



- Auf jeden Fall
- Ein bisschen Engagement muss der/die Bewerber*in schon mitbringen.
- Nein, ist zu kompliziert
- Kann ich nicht beurteilen

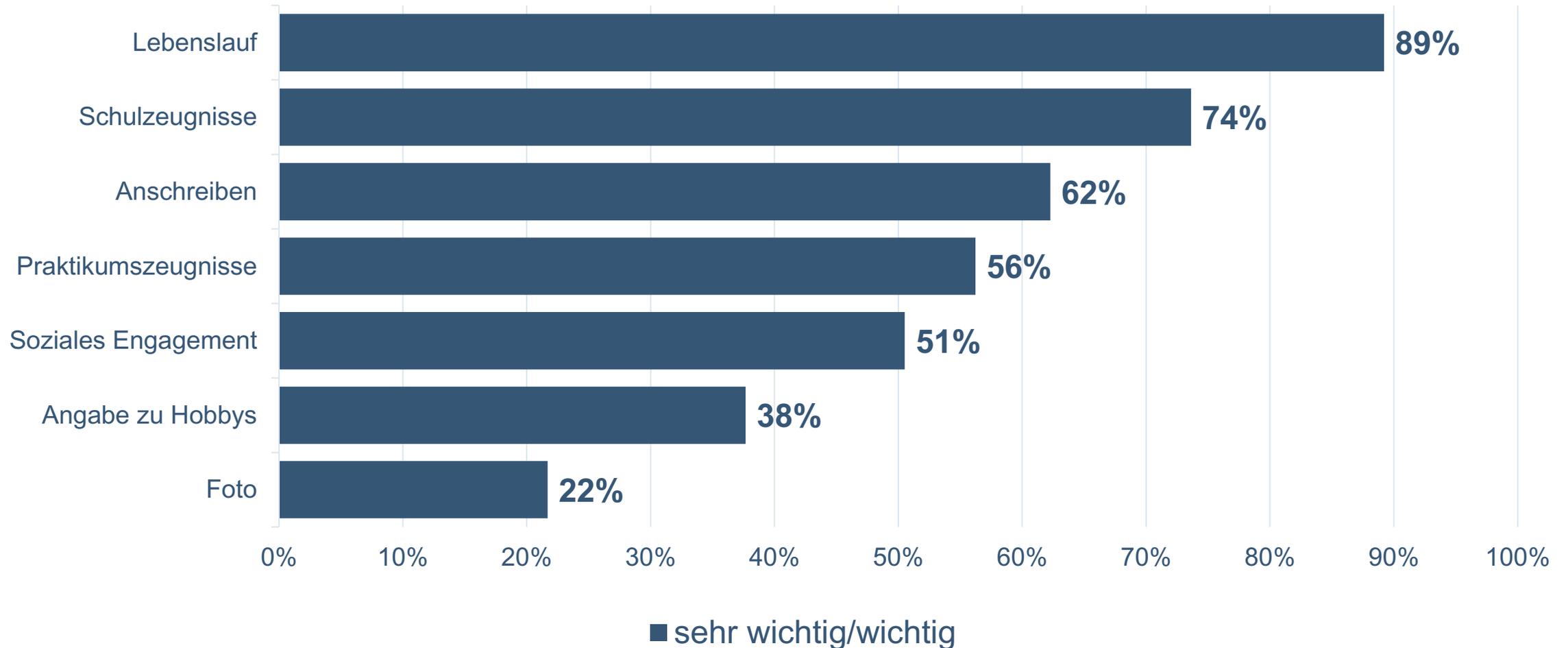
Anforderungsprofile

„Wir haben für Ausbildungsplatzbewerbende / dual Studierende schriftliche Anforderungsprofile erstellt.“



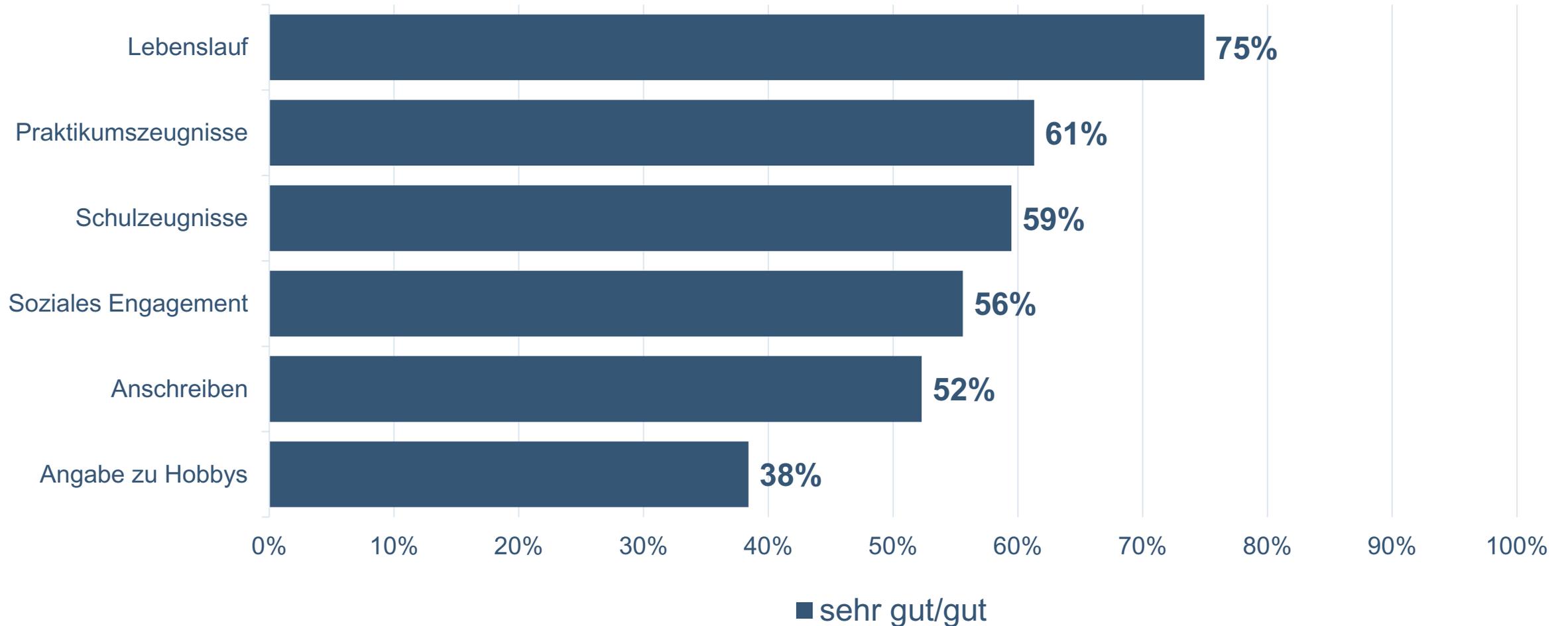
Wichtigkeit der Elemente

„Wie wichtig sind Ihnen bei Bewerbungen die folgenden Elemente?“



Aussagekraft der Elemente

„Wie gut lässt sich Ihrer Erfahrung nach die Eignung eines Bewerbenden aus den folgenden Elementen ermitteln?“

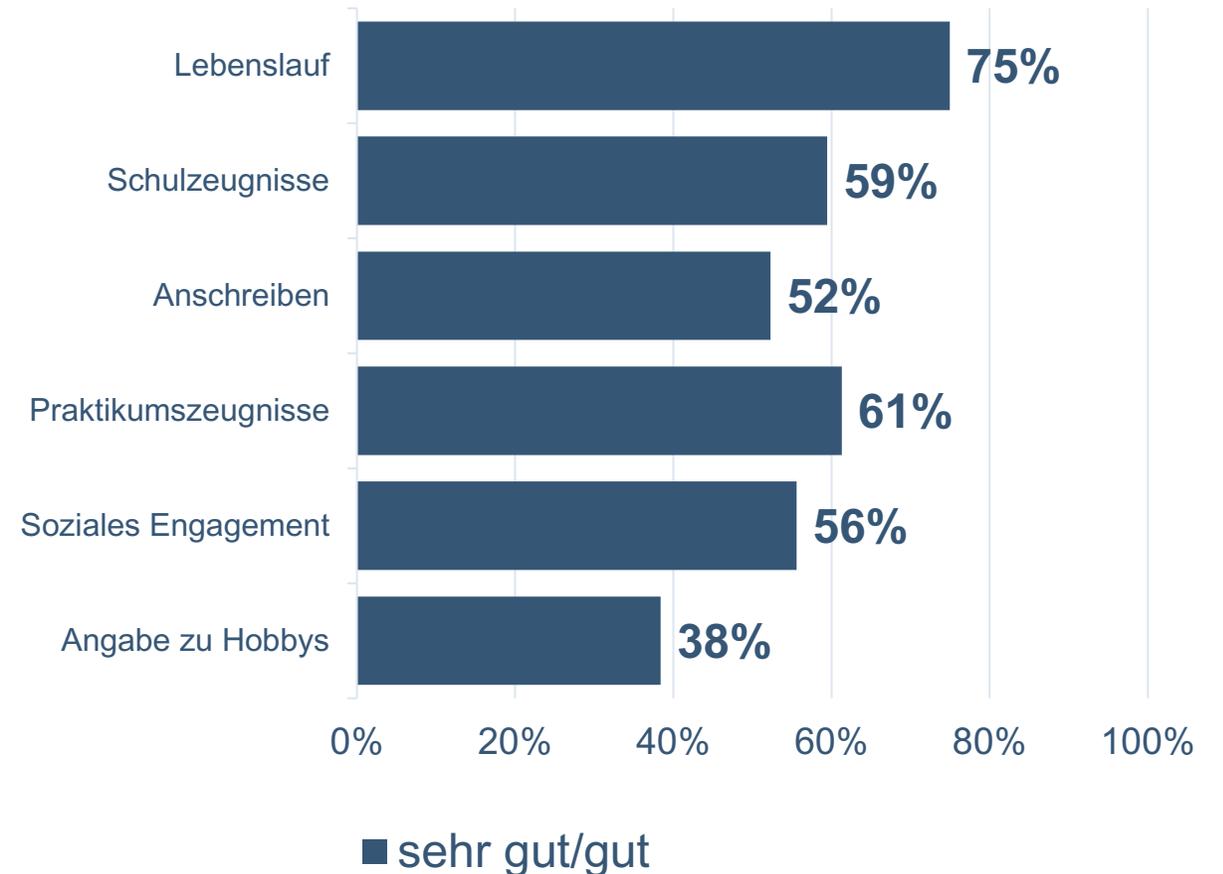


Wichtigkeit & Aussagekraft im Vergleich

„Wie wichtig sind Ihnen bei Bewerbungen die folgenden Elemente?“

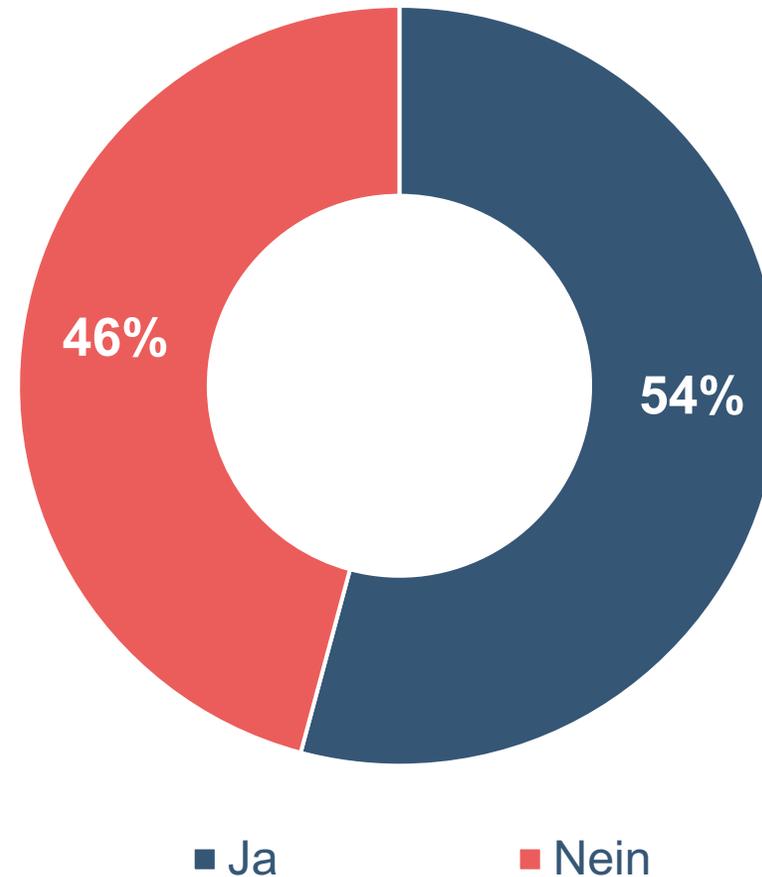


„Wie gut lässt sich Ihrer Erfahrung nach die Eignung eines Bewerbenden aus den folgenden Elementen ermitteln?“



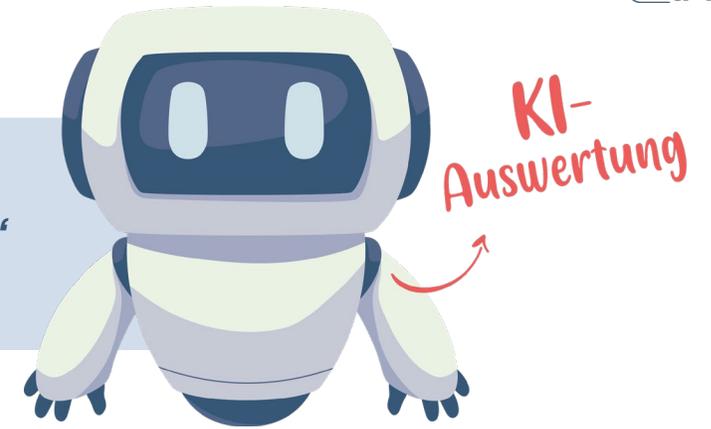
Testverfahren in der Azubi-Auswahl

„Setzen Sie Testverfahren für die Azubi-Auswahl ein?“



Argumente für Testverfahren

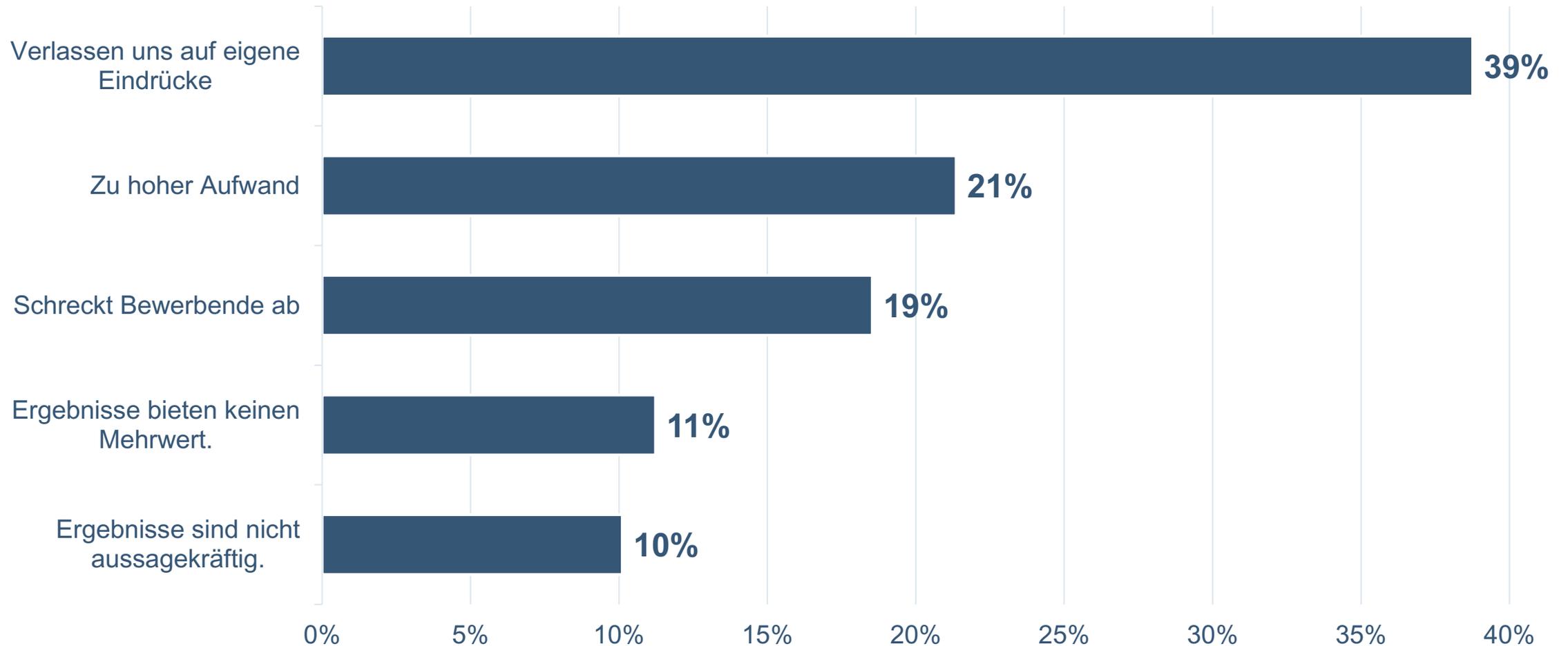
Hier sind die wichtigsten Themenpunkte, die Ausbildungsverantwortliche auf die Frage „**Warum** setzen Sie Testverfahren für die Azubi-Auswahl ein?“ geantwortet haben, absteigend nach Häufigkeit ihrer Thematisierung.



1. **Vorauswahl** - Wird am häufigsten genannt, um eine Vorauswahl der Kandidat*innen zu treffen, insbesondere aufgrund der hohen Bewerberzahlen.
2. **Vergleichbarkeit** - Testverfahren werden eingesetzt, um eine Vergleichbarkeit zwischen den Bewerbenden zu gewährleisten.
3. **Hat sich bewährt** - Viele Verantwortliche geben an, dass sich Testverfahren in der Vergangenheit bewährt haben.
4. **Filter** - Testverfahren dienen als Filter, um geeignete Kandidat*innen herauszufiltern.
5. **Ergänzung zu Zeugnisnoten** - Aufgrund der unterschiedlichen Aussagekraft von Schulzeugnissen werden Tests ergänzend eingesetzt.
6. **Fachliche Eignung prüfen** - Tests werden verwendet, um die fachliche Eignung der Bewerbenden festzustellen.
7. **Technisches Verständnis prüfen** - Insbesondere in technischen Ausbildungsberufen werden Tests eingesetzt, um technisches Verständnis zu überprüfen.

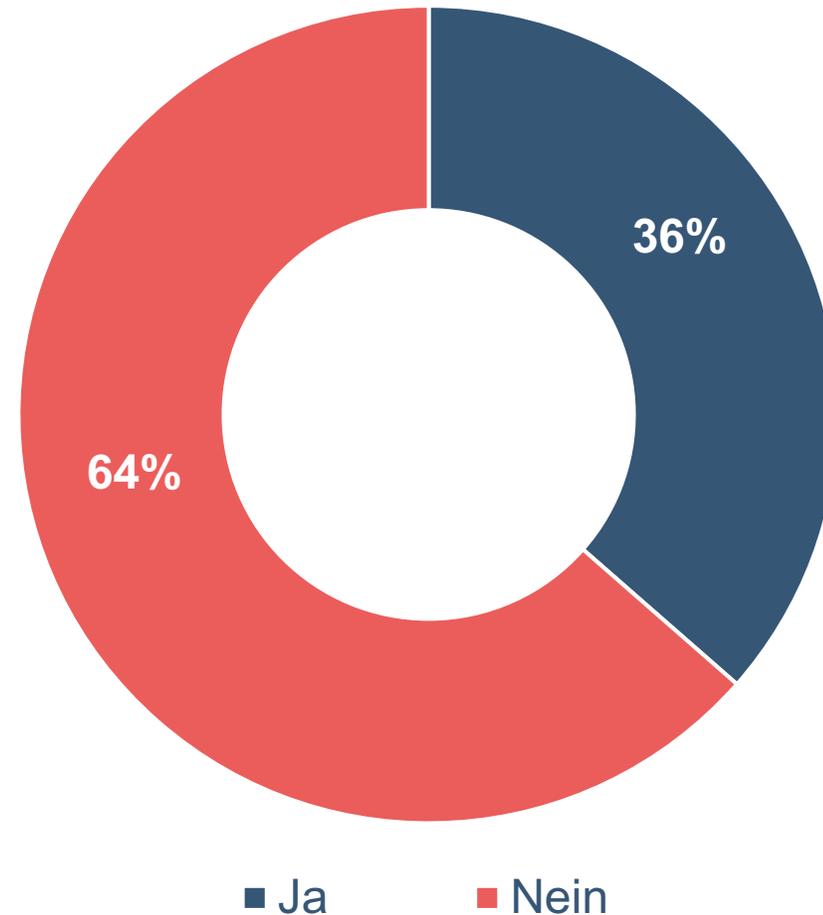
Gegenargumente Testverfahren

„Warum nicht?“



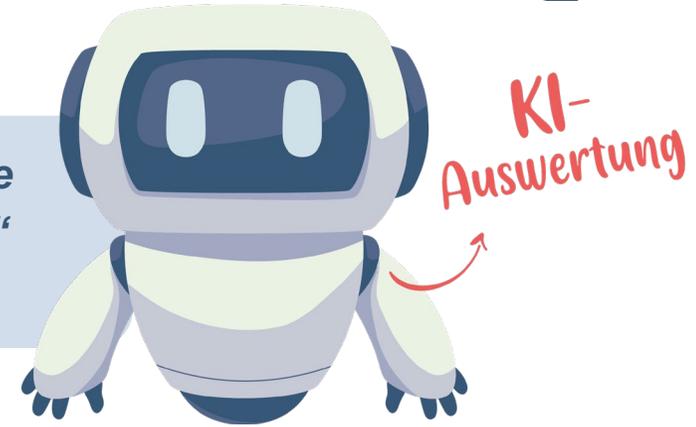
Testverfahren in der Auswahl dual Studierender

„Setzen Sie Testverfahren für die Auswahl dual Studierender ein?“



Argumente Testverfahren

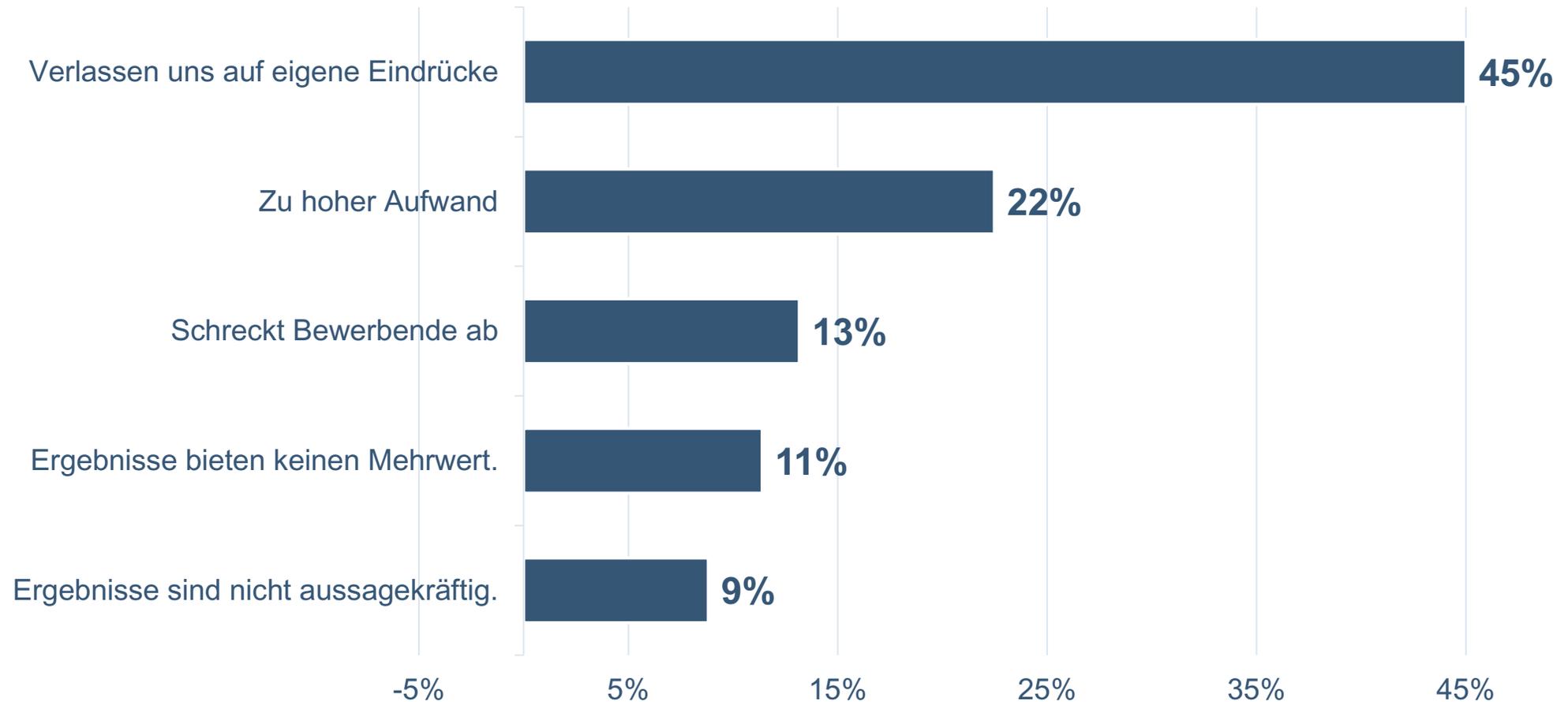
*Hier sind die wichtigsten Themenpunkte, die Ausbildungsverantwortliche auf die Frage „**Warum** setzen Sie Testverfahren für die Auswahl dual Studierender ein?“ geantwortet haben, absteigend nach Häufigkeit ihrer Thematisierung.*



1. **Vorauswahl** - Am häufigsten genannt, um eine Vorauswahl der Kandidat*innen zu treffen.
2. **Eignung feststellen** - Tests helfen, die fachliche und persönliche Eignung der Bewerbenden festzustellen.
3. **Vergleichbarkeit** – Um die Vergleichbarkeit der Bewerbenden sicherzustellen.
4. **Ergänzung zu Schulnoten** – Da Schulnoten allein oft nicht ausreichend sind, werden Tests als ergänzendes Bewertungskriterium genutzt.
5. **Filter** – Testverfahren dienen als Filter, um geeignete Kandidat*innen zu identifizieren.
6. **Prüfung von spezifischen Fähigkeiten** – Um spezifische Fähigkeiten oder Kenntnisse der Bewerbenden zu prüfen, die für das duale Studium relevant sind.

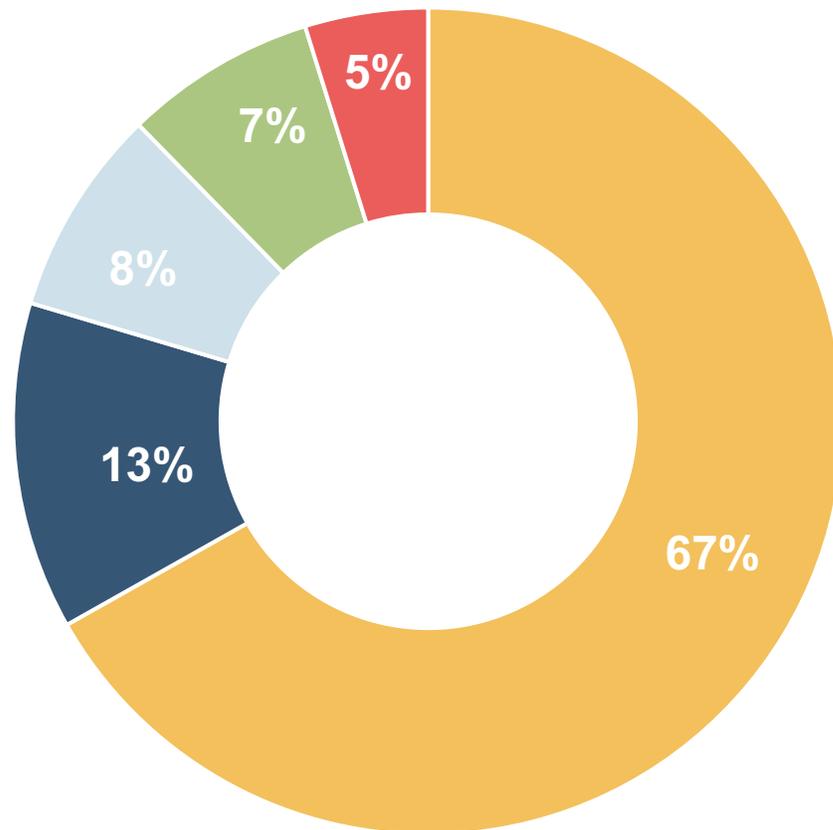
Gegenargumente Testverfahren

„Warum nicht?“



Bewerbung

Frage an Schüler*innen, Azubis, dual Studierende und Bewerbende: „Du bist zum Einstellungstest eingeladen, den du am PC von zu Hause aus machen kannst. Was wäre der wichtigste Grund für dich, dass du den Test **nicht** machst?“



- Ich mache den Test auf jeden Fall.
- Ich habe Angst zu scheitern.
- Ich habe schon andere Ausbildungsplatzangebote.
- Ich verstehe den Sinn von Einstellungstests nicht.
- Einstellungstests sind mir zu stressig.

Tipps #6

Messen statt glauben

Die Eignungsdiagnostikerin in mir weint beim Blick auf das ein oder andere Ergebnis. Wie beurteilen Sie Eignung mit etwas, von dem Sie gar nicht wissen, wer es geschrieben hat? Dem Anschreiben. Kleiner Spoiler auf die Ergebnisse der Azubi-Recruiting Trends Teil 2: Über **40 %** der Jugendlichen haben KI im Rahmen des Bewerbungsprozesses genutzt. Was glauben Sie, wofür? Sicher nicht fürs Foto. Was natürlich auch nichts über Eignung aussagt, unabhängig davon, wie oder wo es gemacht wurde. Sehr viel wahrscheinlicher haben die Jugendlichen Anschreiben mit KI erstellt. Wüssten Sie es, könnte das etwas über digitale Kompetenz aussagen.

Aber Sie wissen es nicht.

Und was genau interpretieren Sie in den Lebenslauf eines jungen Menschen hinein, dem bisher berufliche Erfahrungen oder Qualifikationen fehlen?

Ich könnte viele Zeilen schreiben – habe ich schon.

Mein Tipp: Laden Sie sich mein **E-Book**

„**Eignungsdiagnostik**“ kostenlos herunter und lesen Sie es auch!



Lieber schauen statt lesen? Hier gibt es das passende Video dazu:

shrtnr.link/2nM



Ghosting



„Schlimmer geht immer: Vom „Ghosting zum Mosting“! Sophie Barkey berichtete im Dezember 2022 in der Berliner Zeitung von einem neuen Dating-Trend, dem „Mosting“. Dies beschreibt das Phänomen, dass zunächst der Gegenüber mit Liebesbekundungen und romantischen Gesten überhäuft wird, um dann urplötzlich geghostet zu werden. Nun werden die wenigsten Kandidat*innen die Ausbildungsbetriebe mit Liebesbekundungen überhäufen, aber geghostet wird trotzdem, ein neuer Trend!“



Vokabeln für Ausbilder:

Ghosting

– ohne Erklärungen verschwinden und/oder Nachrichten ignorieren

Benching

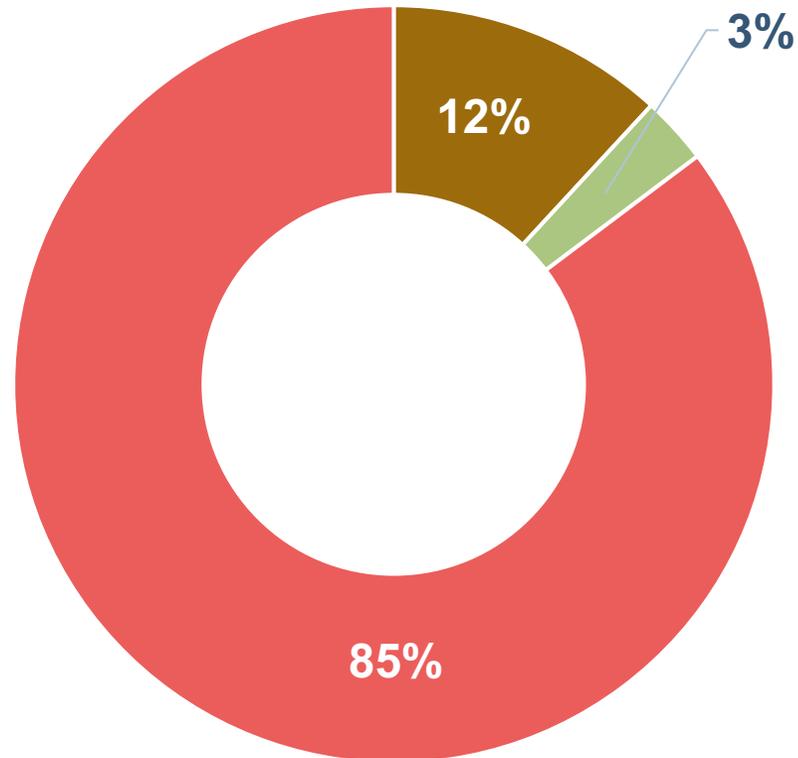
– eine Hinhaltenaktik, jemanden auf der Ersatzbank haben

Negging

– Sticheleien als Komplimente verpackt oder mit bitterem Beigeschmack

Ghosting

Frage an die Azubis: „Hand aufs Herz. Hast du schon mal ein Unternehmen trotz Zusage oder einem unterschriebenen Ausbildungsvertrag ghostet und den Kontakt einfach abgebrochen?“



- Ja, im Rahmen des Bewerbungsprozesses vor Abschluss des Ausbildungsvertrags
- Ja, im Rahmen des Bewerbungsprozesses nach Abschluss des Ausbildungsvertrags
- Nein

Frage an die Azubis: „Hand aufs Herz. Hast du schon mal ein Unternehmen trotz Zusage oder einem unterschriebenen Ausbildungsvertrag gehostet und den Kontakt einfach abgebrochen?“

„Verrätst du uns warum?“

”

Das Angebot, was sie mir am Ende geschickt haben, war nicht das, was beworben wurde

”

Schlechte Kommunikation mit den Personalleitern

”

Ich hatte von anderen Unternehmen deutlich früher eine Zusage erhalten

”

Ich habe herausgefunden, dass dort eine sehr schlechte Arbeitsatmosphäre herrscht

”

Da ich die Antwort erst nach 7 Monaten erhalten habe

”

Weil die Möglichkeiten nach der Ausbildung nicht attraktiv genug waren

”

Dieses Phänomen des Unternehmens-Ghostings basiert bei vielen Bewerbern und Unternehmen auf Gegenseitigkeit. Unternehmen brauchen oft sehr lange bis man eine Rückmeldung bekommt (wird hingehalten). Das führt dazu, dass sich die Bewerber nicht mehr zurückmelden, da Sie bereits ein anders Angebot gefunden haben.

”

Auf diesen Ausbildungsplatz hatte ich mich am meisten gefreut. Es war der Platz für ein duales Studium bei der Stadt. Ich wurde aber auf die Warteliste gesetzt. Natürlich habe ich dann in der Zwischenzeit wo anders nach weiteren Plätzen gesucht. So habe ich mich bei der Sparkasse beworben. Ich hatte nach einer Stunde nach meinem Bewerbungs-gespräch sofort eine Zusage. Sodass ich sofort das Gefühl von Wertschätzung hatte.

”

Zu langer und komplexer Bewerbungsprozess

”

Wegen eine Meinungsunterschied in der Familie. In meinem Fall , meine Frau wollte auf keinen Fall, dass ich in dem Bereich eine Ausbildung mache und ich wusste nicht, was ich den Betrieb antworten soll.

”

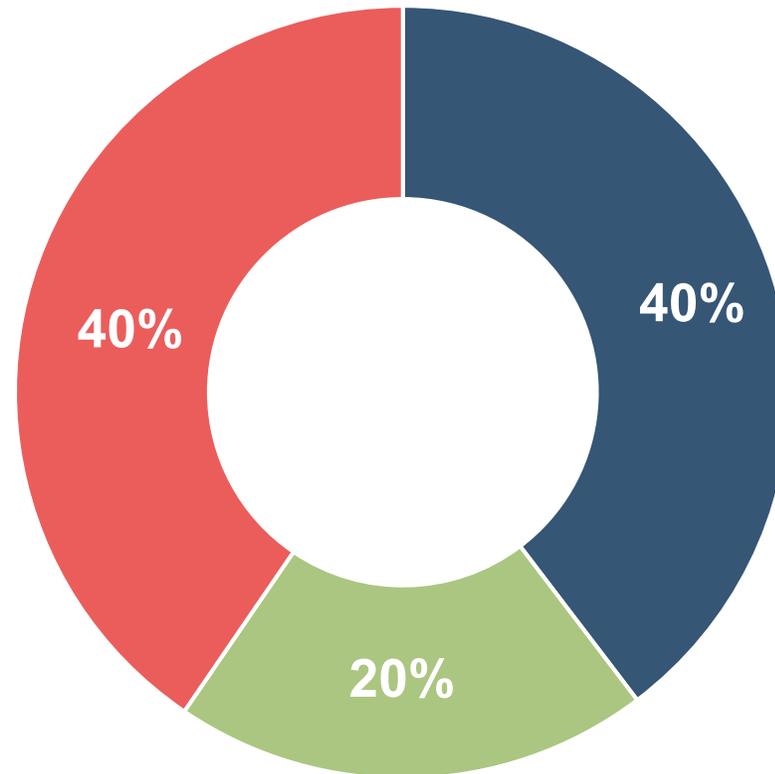
Leere Versprechen, die beim Vorstellungsgespräch gegeben wurden. Der Schock kam dann mit dem Vertrag bezüglich Urlaubstage plötzlich weniger und Gehalt auch.

”

Im Gespräch ist mir aufgefallen dass das Personal sich meine Unterlagen (Bewerbung/Lebenslauf) gar nicht angeschaut hat, nachdem ich die 1-mal auf ihrer Homepage komplett neu schreiben musste, einmal per E-Mail digital und einmal per Post schicken musste, fand ich sehr unprofessionell, und obwohl ich eine Zusage dann bekommen habe nach dem Gespräch, habe ich mich entschieden es nicht mehr wahrzunehmen und habe mich dementsprechend nicht mehr gemeldet.

Ghosting

„Erleben Sie, dass Azubis Sie trotz Zusage oder einem unterschriebenen Ausbildungsvertrag ghosten – das heißt, dass sie sich im Bewerbungsprozess oder bei Ausbildungsbeginn nicht mehr melden?“



■ Ab und zu

■ Zunehmend

■ Nein

Tipp #7

Machen Sie es leicht**

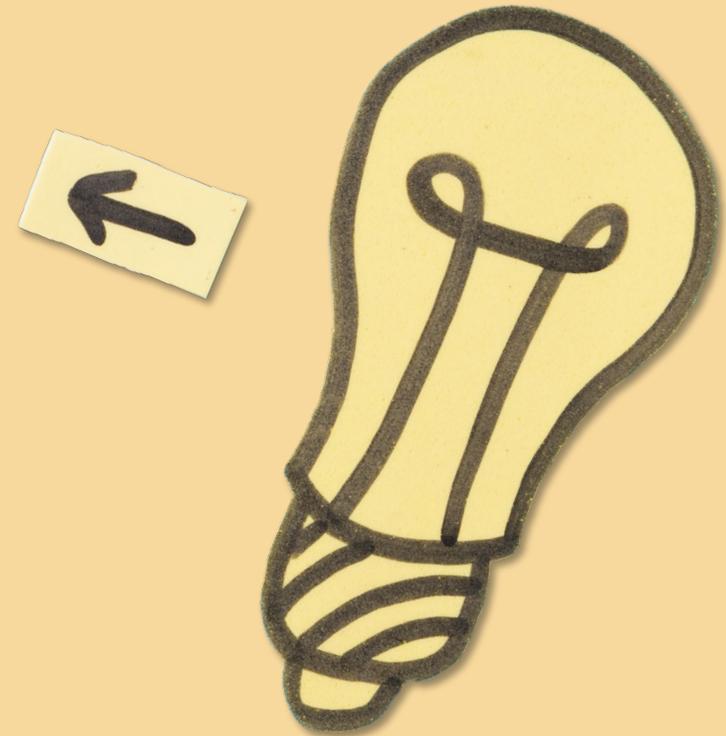
Die Idee des systemischen Ansatzes: Ändern wir unser Verhalten, ändern wir automatisch das Verhalten der anderen. Es erscheint wie eine verlockende Idee, dass sich die anderen ändern sollen und nicht wir. Was in keiner Ehe funktioniert, funktioniert auch im Umgang mit Azubis oder Bewerbenden nicht. Wenn Sie Ghosting verhindern wollen, sollten Sie zuerst überlegen, warum Jugendliche ghosten. Machen Sie Angebote oder verändern Sie Prozesse, um auf Ängste, Wünsche oder die Scham Ihrer Zielgruppe einzugehen. Jugendliche rufen ungern an. Machen Sie es ihnen leicht, abzusagen, damit Sie besser planen können.



Als Erstes gilt wie immer: **Mit gutem Beispiel vorangehen.** Noch immer erzählen uns junge Menschen, dass sie auf Bewerbungen keine oder eine sehr verspätete Reaktion bekommen.

Auch hier ist das perfekte Gegenmittel Begeisterung. Wenn Sie junge Menschen für Ihre Ausbildung begeistern, sinkt die Gefahr ungemein, dass sie auf die Idee kommen, zu ghosten. Völlig verhindern lässt es sich wahrscheinlich nicht.

Verstehen ist der erste Schritt zur Veränderung. Die Generation Z – wer sind die und was wollen die eigentlich? Das zeigen wir Ihnen in diesem Webinar. Laden Sie gerne auch all die Kolleg*innen ein, die fortwährend über diese Generation meckern.



shrtnr.link/die-gen-z



Perspektiven nach der Ausbildung

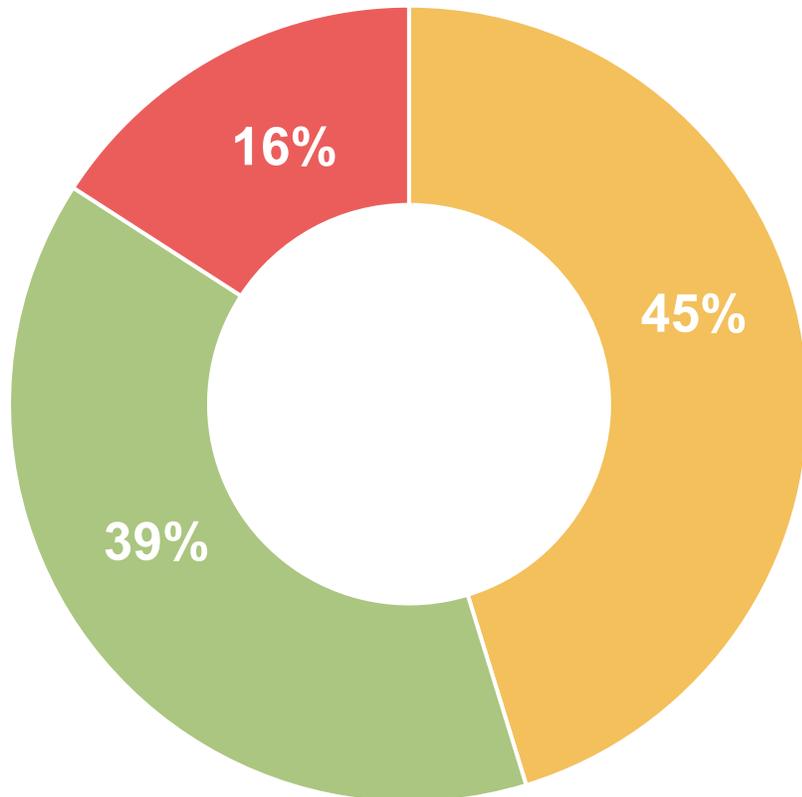


„Die richtigen Nachwuchskräfte anzuziehen und einzustellen ist in der heutigen Zeit sicherlich „großes Kino“, ein „Kraftakt“ und gebührt Respekt und Anerkennung. Dagegen die richtigen Nachwuchskräfte zu halten und zu binden ist nicht nur ein klarer Investitionsschutz, sondern auch eine große Kunst. Es gilt nicht Ausbildungsplätze zu besetzen, sondern die Fachkräfte für morgen und übermorgen zu gewinnen!“



Perspektive nach der Ausbildung

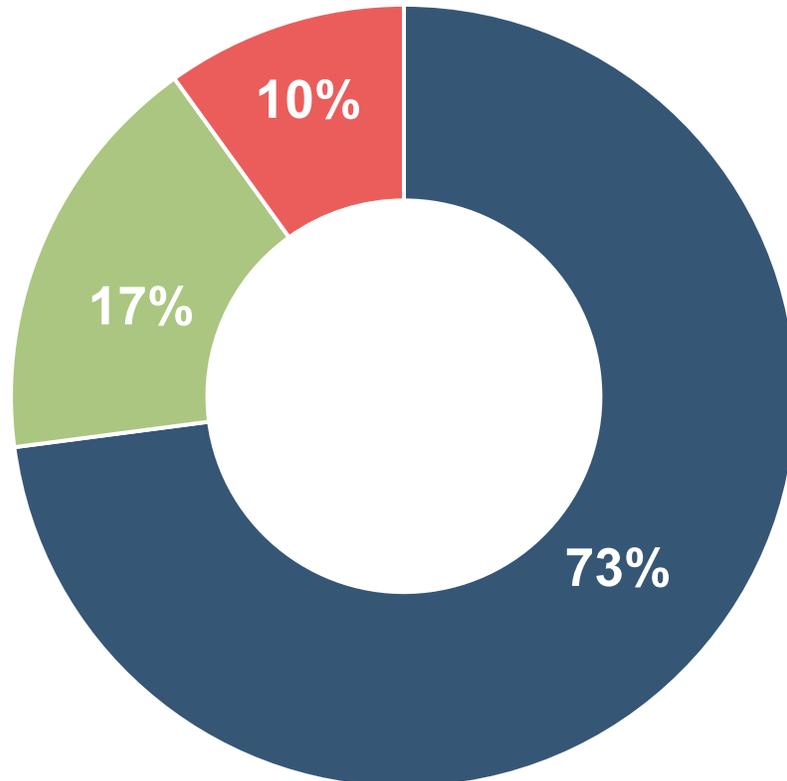
Frage an die Azubis und dual Studierende: „Was trifft eher auf dich zu?“



- Ich möchte auf jeden Fall nach der Ausbildung in meinem Betrieb weiterarbeiten.
- Wenn ich ein besseres Angebot finde, kann ich mir nach der Ausbildung einen Wechsel in einen anderen Betrieb vorstellen.
- Ich möchte nach der Ausbildung etwas anderes machen, z. B. studieren.

Perspektive nach der Ausbildung

„Was glauben Sie, wie viel Prozent Ihrer Azubis möchten nach der Ausbildung...“

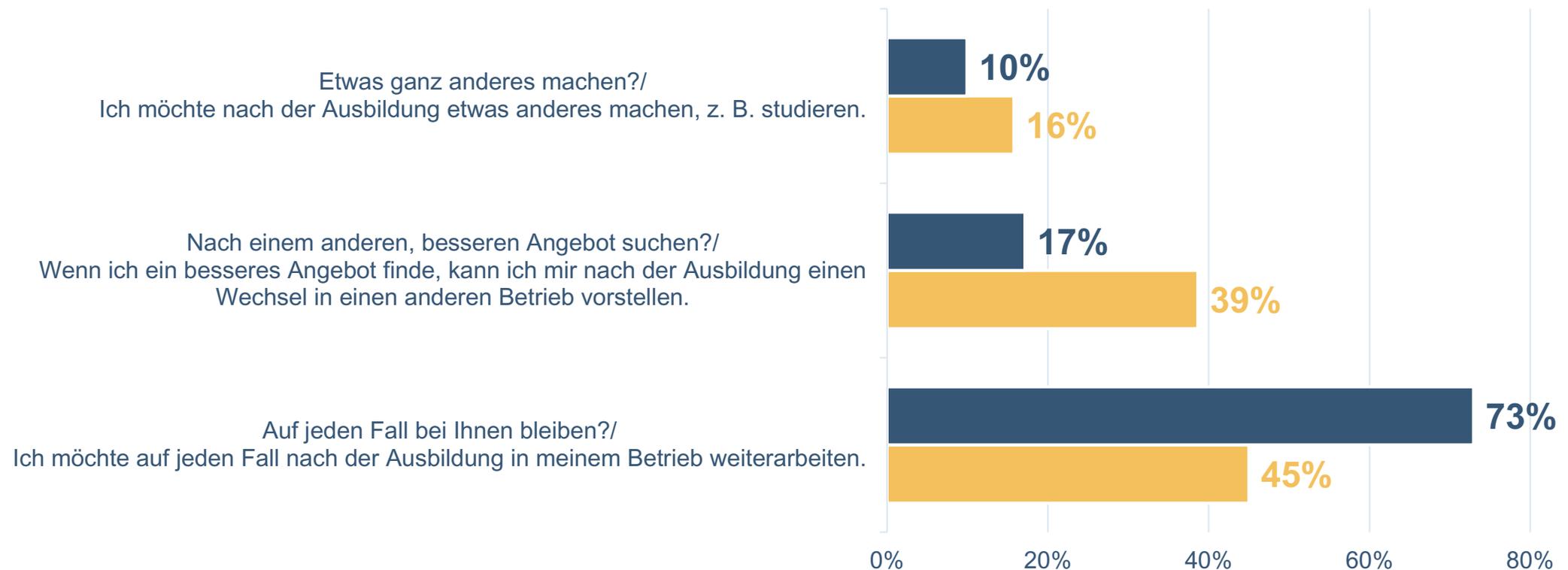


- auf jeden Fall bei Ihnen bleiben?
- nach einem anderen, besseren Angebot suchen?
- etwas ganz anderes machen?

Perspektive nach der Ausbildung

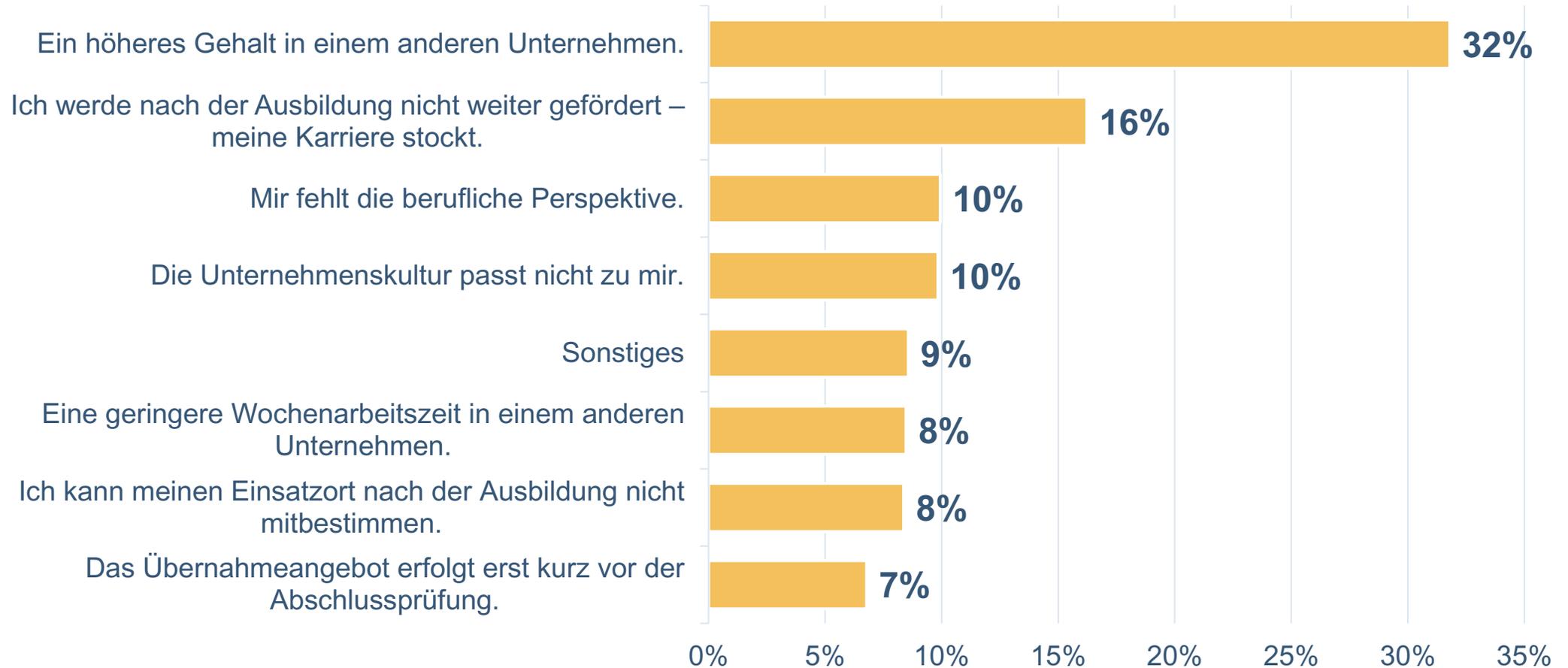
„Was trifft eher auf dich zu?“

„Was glauben Sie, wie viel Prozent Ihrer Azubis möchten nach der Ausbildung...“



Perspektive

Frage an die Azubis und dual Studierende: „Was wäre der wichtigste Grund für dich, nach der Ausbildung / dem Studium in ein anderes Unternehmen zu wechseln?“



Perspektive

„Was ist der häufigste Grund, warum Azubis nach der Abschlussprüfung in ein anderes Unternehmen wechseln?“



Tipp #8

Stärken Sie Ihr Employer Brand



Marken (Brands) geben durch ihren Bekanntheitsgrad Sicherheit bei Entscheidungen. Die Studie zeigt, dass diese Generation eine Vielzahl an Möglichkeiten hat. Je größer die Möglichkeiten, desto schwieriger die Entscheidung.

Mit einem guten Employer Branding vereinfachen Sie die Entscheidung für Ihr Unternehmen. Fördern Sie die interne Entwicklung Ihrer Azubis und jungen Mitarbeitenden. Zeigen Sie klare Karrierepfade innerhalb Ihres Unternehmens auf. Machen Sie für Azubis erfahrbar, wie sie auch nach Abschluss der Ausbildung weiterhin gefördert werden. So erhöhen Sie die Bindung und steigern auch die Attraktivität für potenzielle Bewerbende.

**Wir geht das mit dem Employer Branding?
Dazu gibt's ein Webinar. Einfach hier
kostenlos anmelden:**

shrtnr.link/employer-brand



Social



Media



„Social Media ist kein Trend, sondern eine sich kontinuierlich weiterentwickelnde und stets verändernde Realität, auch im Bereich Ausbildungsmarketing und Recruiting. So sind es gerade die Zielgruppen im Ausbildungsmarketing, die Plattformen wie Instagram, YouTube und TikTok als wichtigste Quelle für Nachrichten und Informationen nutzen. Diese Verlagerung zu den sozialen Medien erfordern auf der Seite der Zielgruppen eine zunehmend solidere Informationskompetenz, d.h. die Fähigkeit Informationen zu bewerten, und auf der Seite der Ausbildungsbetriebe, veraltete Denk- und Handlungsmuster in der Kommunikationsarbeit mit Jungerwachsenen zu hinterfragen und neu auszurichten.“

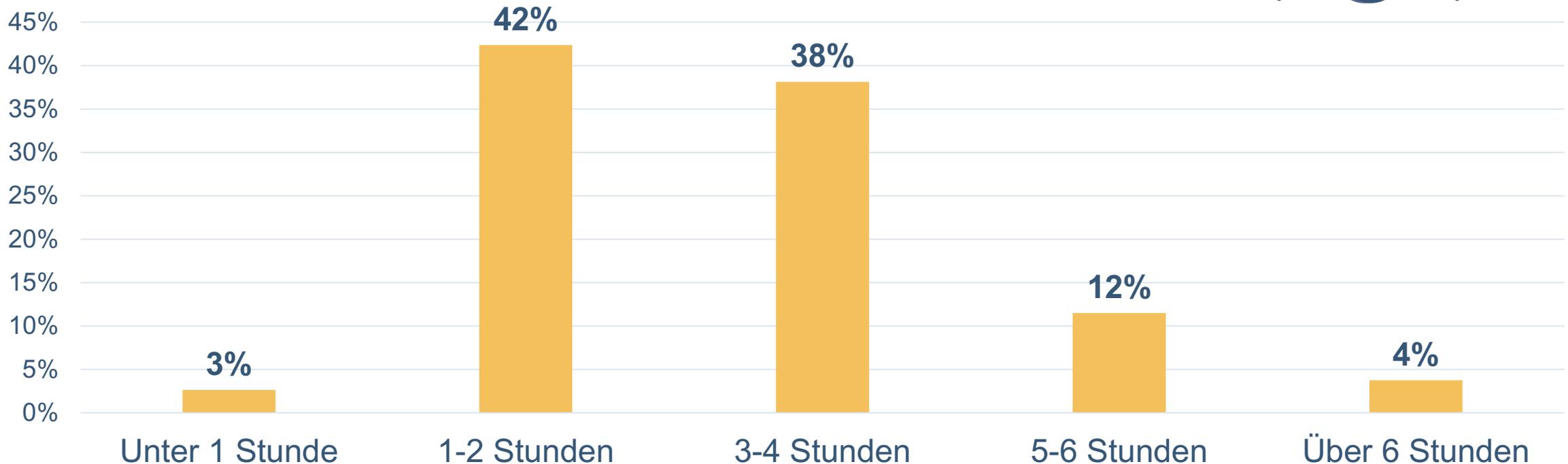
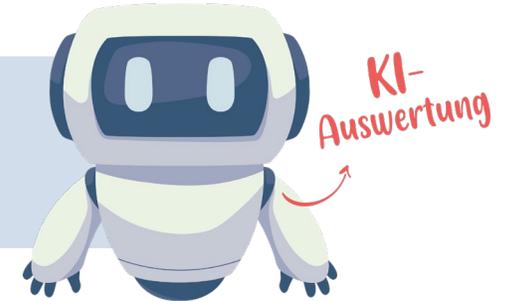


Social-Media-Nutzung

Frage an Azubis, dual Studierende und Bewerbende:

„Wie viel Zeit verbringst du insgesamt täglich auf Social-Media-Plattformen?“

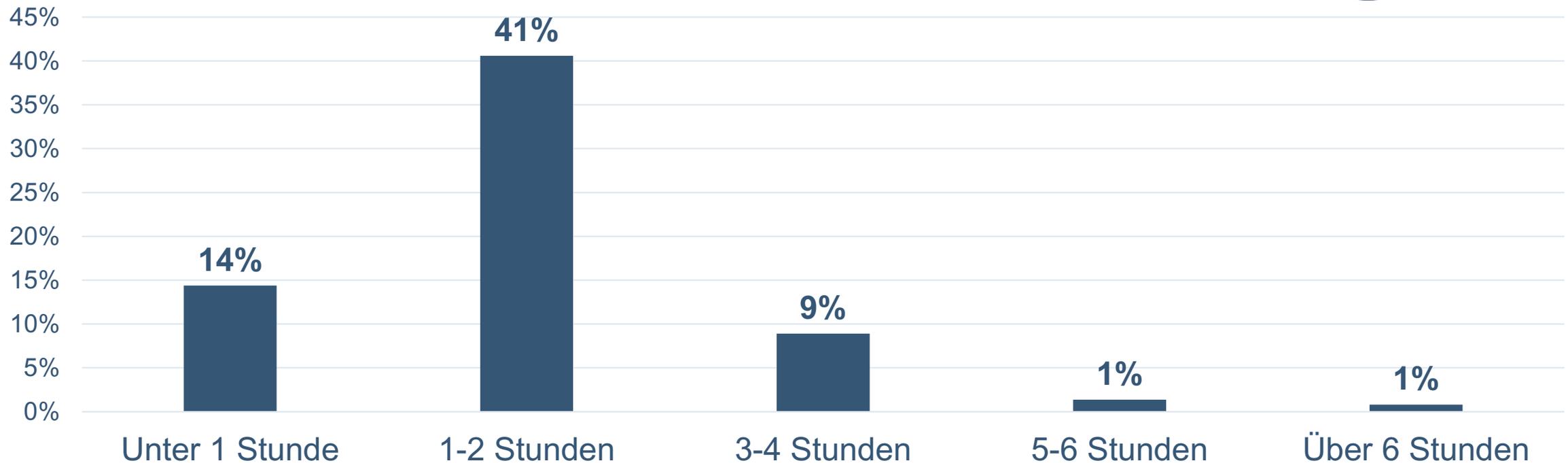
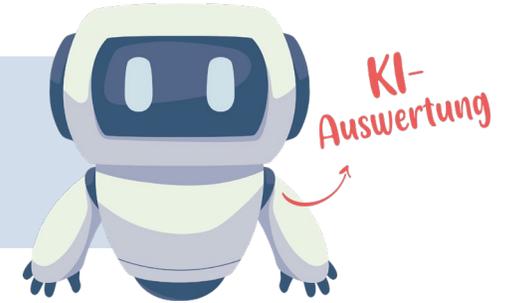
Die Auswertung der Daten hat ergeben, dass die Verteilung der täglichen Nutzungsdauer sozialer Medien in den verschiedenen Zeitclustern wie folgt aussieht:



Social-Media-Nutzung

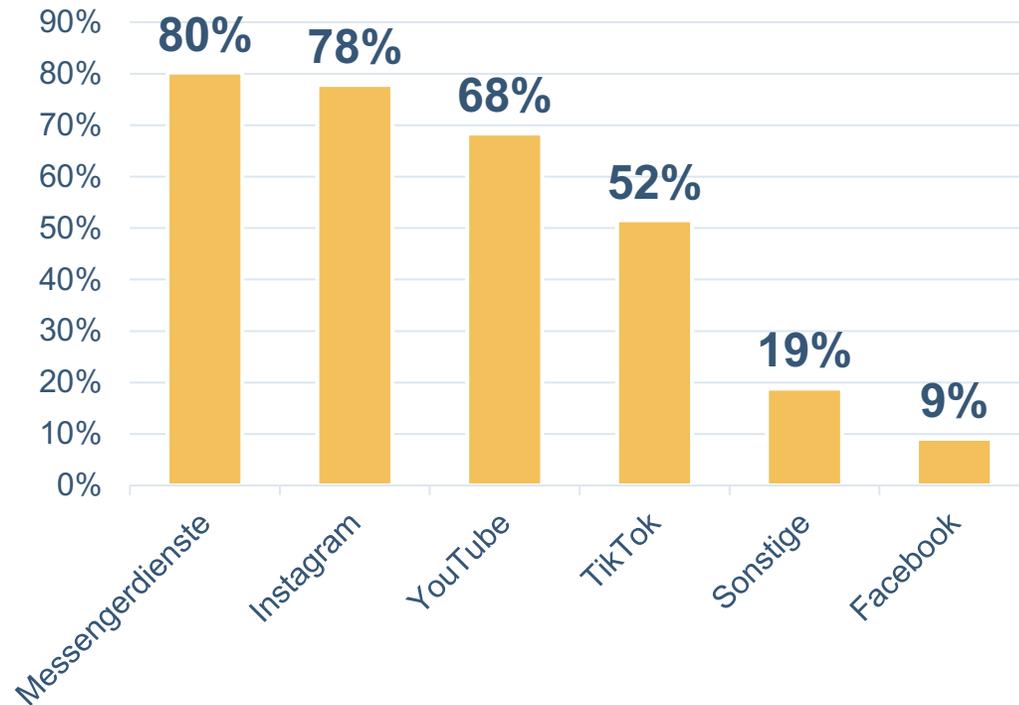
„Wie viel Zeit verbringen Sie täglich in den sozialen Medien?“

Die Auswertung der Daten hat ergeben, dass die Verteilung der täglichen Nutzungsdauer sozialer Medien in den verschiedenen Zeitclustern wie folgt aussieht:

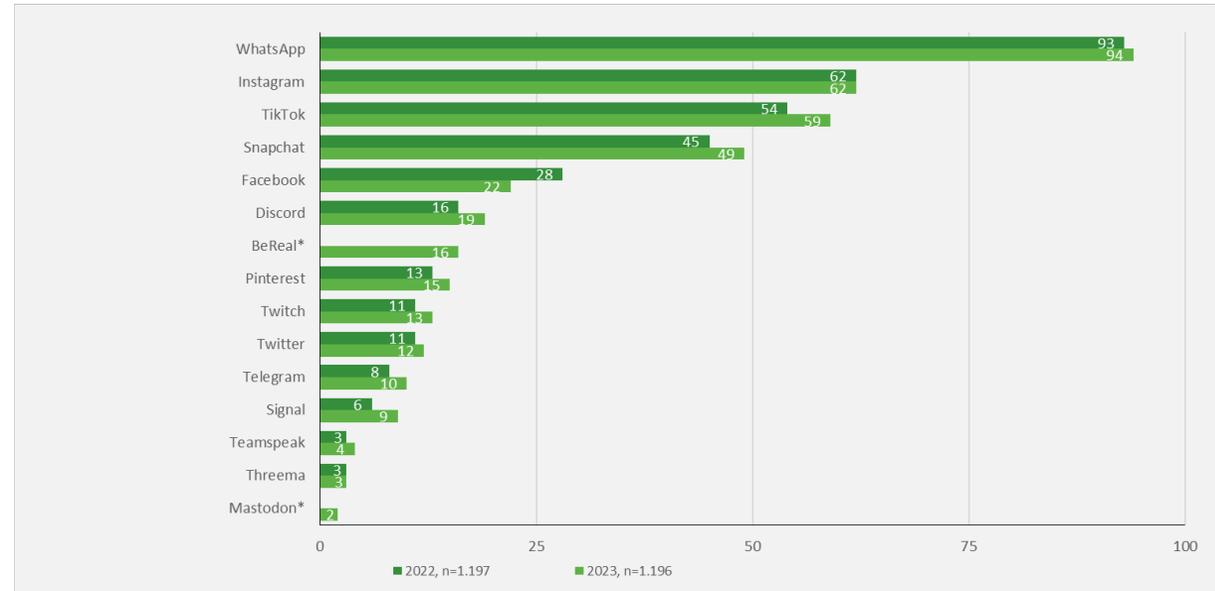


Social-Media

Frage an Azubis, dual Studierende und Bewerbende:
 „Auf welchen Social-Media-Plattformen verbringst du deine Zeit?“



Genutzte Online-Angebote 2023 – Vergleich 2022
 - täglich/mehrmals pro Woche -

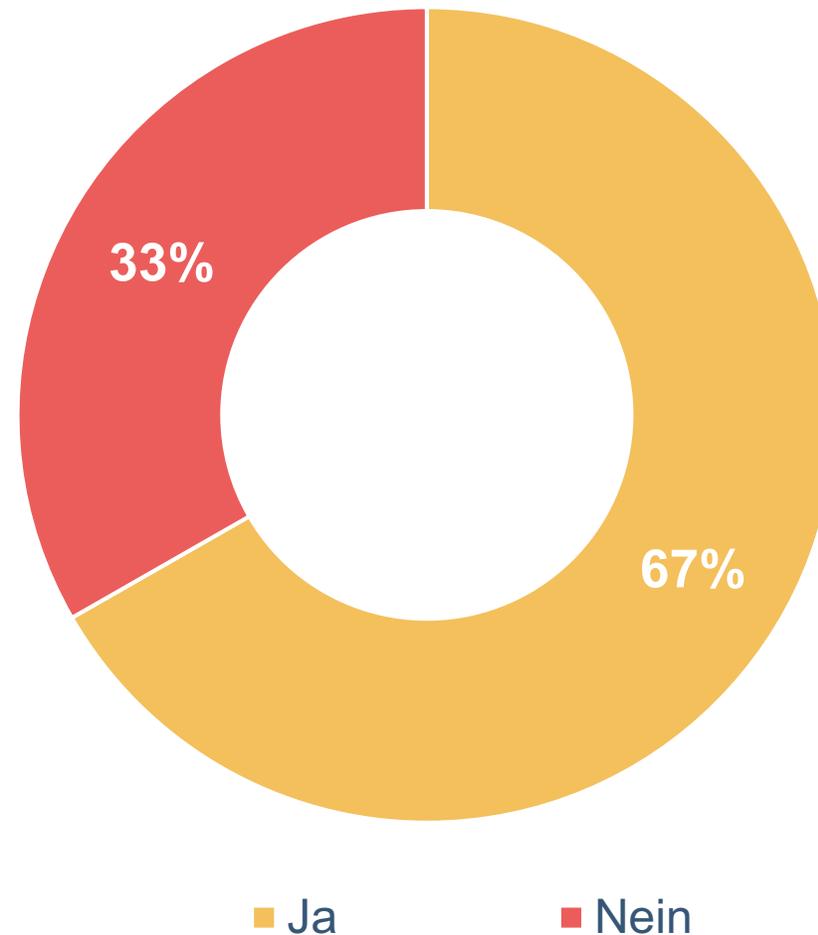


Quelle: JIM 2022, JIM 2023, Angaben in Prozent, *2022 nicht abgefragt, Basis: Befragte, die das Internet nutzen, n=1.196

Social-Media

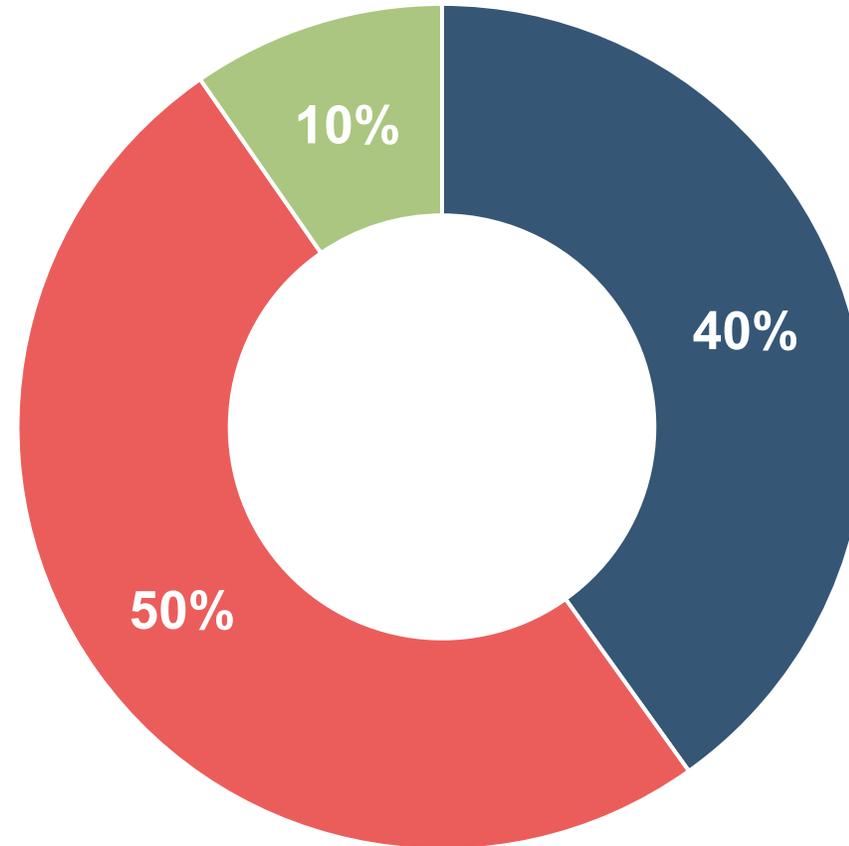
Frage an Azubis, dual Studierende und Bewerbende:

„Findest du, dass du zu viel Zeit in den sozialen Medien verbringst?“



Social-Media

„Finden Sie, dass Sie zu viel Zeit in den sozialen Medien verbringen?“



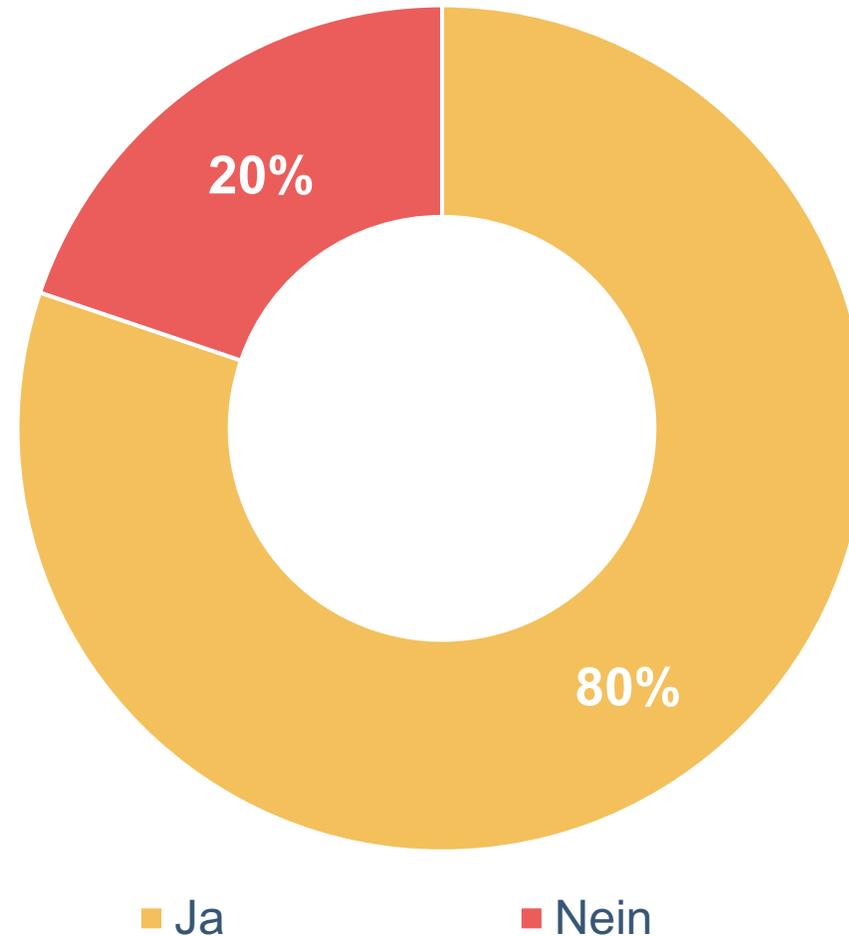
■ Ja

■ Nein

■ Weiß nicht

Social-Media

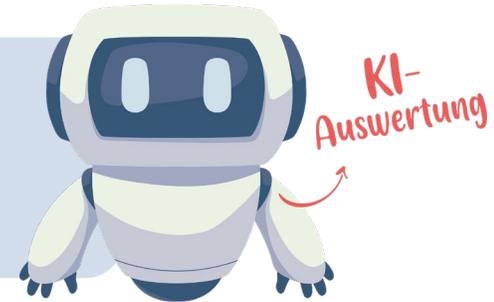
Frage an Azubis, dual Studierende und Bewerbende: „Sollten Ausbildungsbetriebe soziale Medien wie Instagram, TikTok etc. für die Ansprache von Bewerbenden nutzen?“



Social-Media

Frage an Azubis, dual Studierende und Bewerbende: „Warum sollten Ausbildungsbetriebe soziale Medien wie Instagram, TikTok etc. für die Ansprache von Bewerbenden nutzen?“

*Hier sind die wichtigsten Argumente, die Schüler*innen und Azubis auf die Frage „**Warum** sollten Ausbildungsbetriebe soziale Medien wie Instagram, TikTok, etc. für die Ansprache von Bewerbenden nutzen?“ genannt haben, geordnet nach Häufigkeit der Thematisierung:*

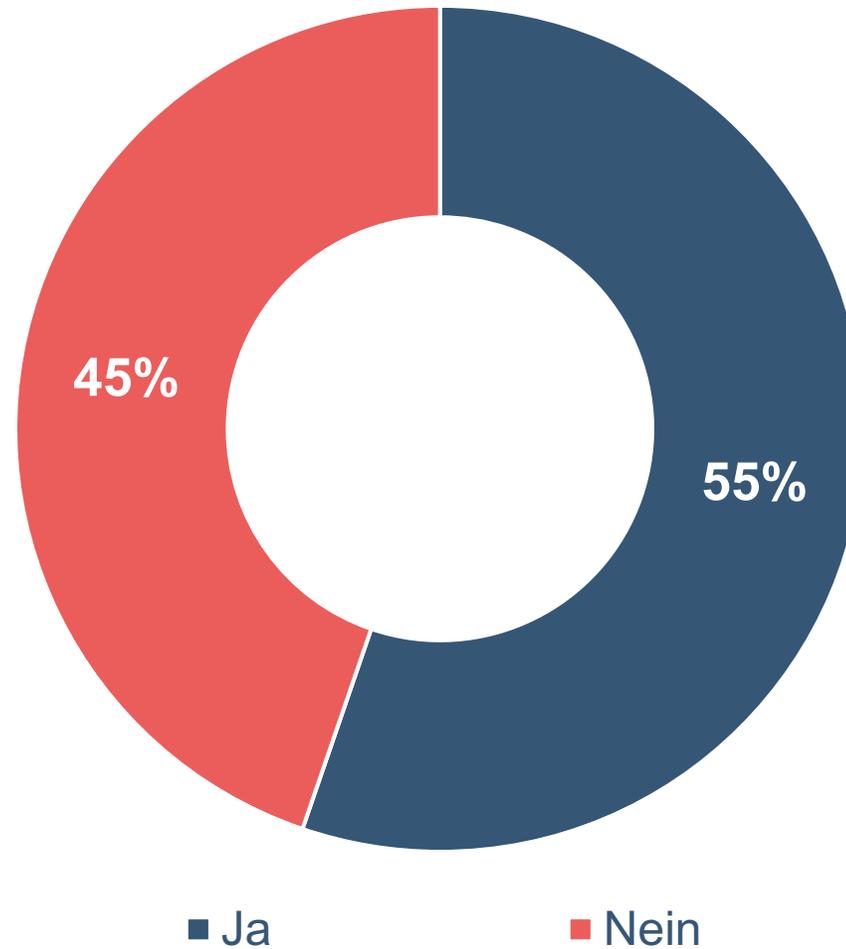


1. Erreicht viele junge Menschen
2. Effektive Ansprache
3. Sichtbarkeit der Unternehmen
4. Hohe Reichweite
5. Zeitersparnis

Diese Argumente verdeutlichen, dass Social-Media-Plattformen als effektive Werkzeuge zur Ansprache junger Menschen und zur Steigerung der Unternehmenssichtbarkeit angesehen werden.

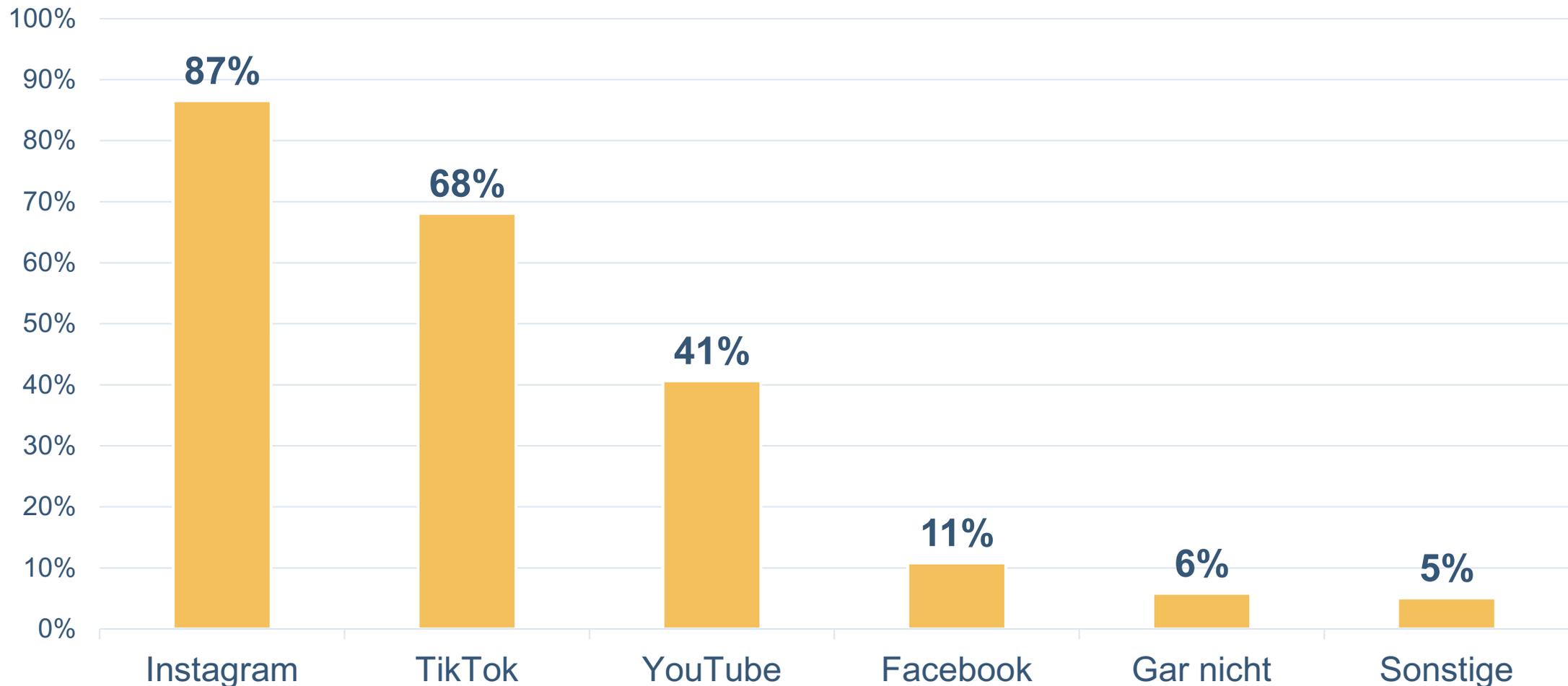
Social-Media

„Nutzen Sie soziale Medien wie Instagram, TikTok, WhatsApp etc. für die Ansprache von möglichen Auszubildenden?“



Social-Media

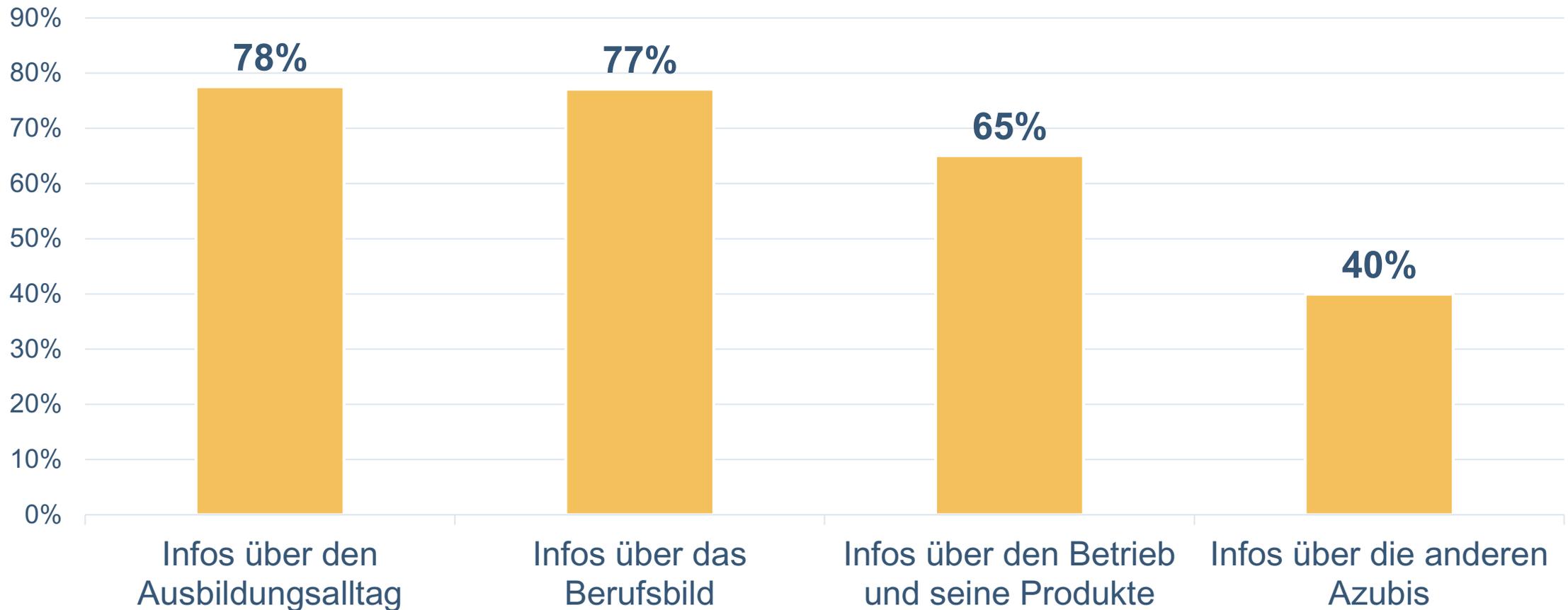
„In welchen Kanälen sollten Unternehmen am besten posten, um junge Bewerbende anzusprechen?“



Social-Media

Frage an Azubis, dual Studierende und Bewerbende: „In Bezug auf die Ausbildung oder den Ausbildungsbetrieb: Worüber möchtest du etwas in den sozialen Medien erfahren?“

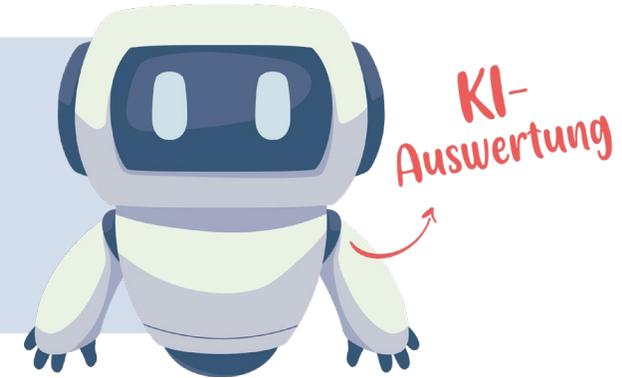
Trifft zu



Social-Media

Frage an Azubis, dual Studierende und Bewerbende: „In Bezug auf die Ausbildung oder den Ausbildungsbetrieb: Worüber möchtest du etwas in den sozialen Medien erfahren?“

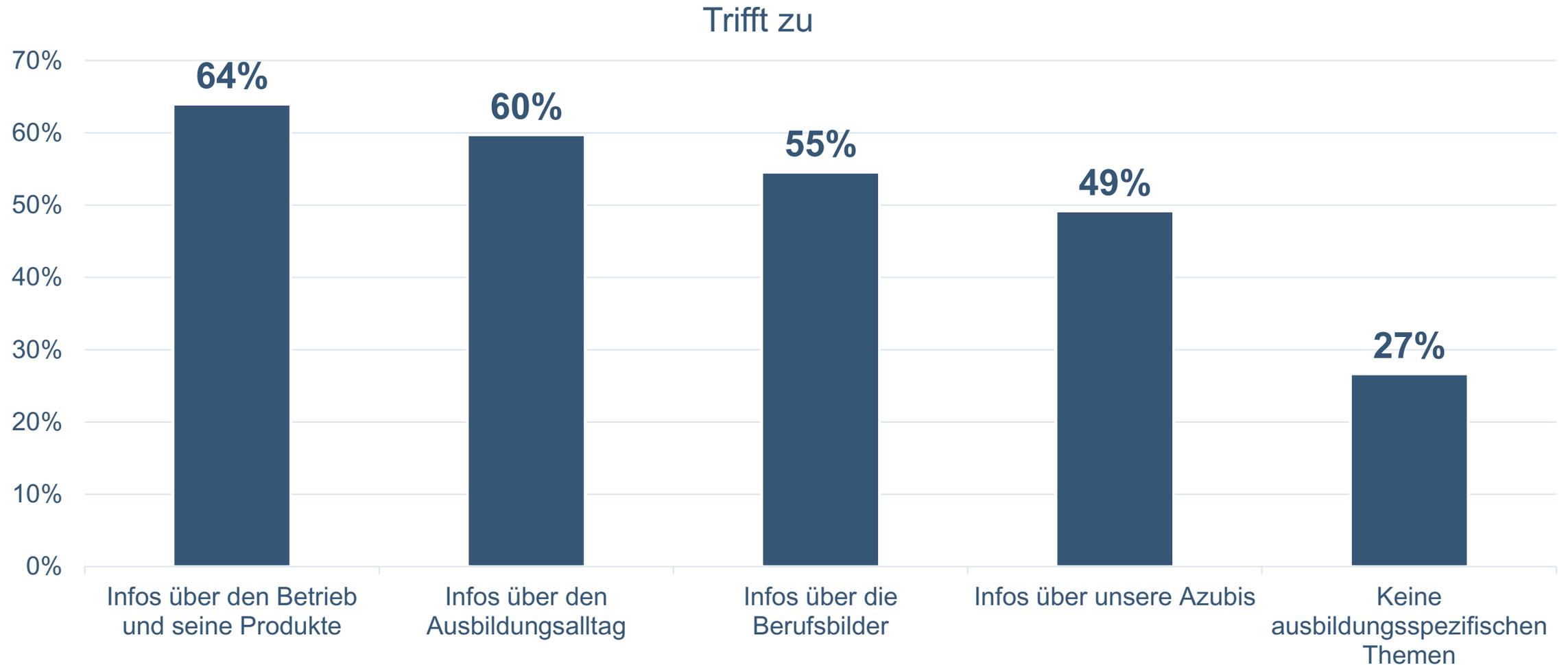
Hier sind die wichtigsten Punkte, die die Teilnehmenden auf die Frage „In Bezug auf die Ausbildung oder den Ausbildungsbetrieb: Worüber möchtest du etwas in den sozialen Medien erfahren? Haben wir etwas vergessen?“ genannt haben, geordnet nach Häufigkeit der Thematisierung:



1. Allgemeine Informationen zur Ausbildung
2. Gehalt und Vergütung
3. Informationen zum Betrieb
4. Benefits und Zusatzleistungen
5. Weiterbildungsmöglichkeiten
6. Berufsschule
7. Erfahrungen anderer Azubis
8. Arbeitszeiten
9. Urlaub
10. Zukunftsperspektiven

Social-Media

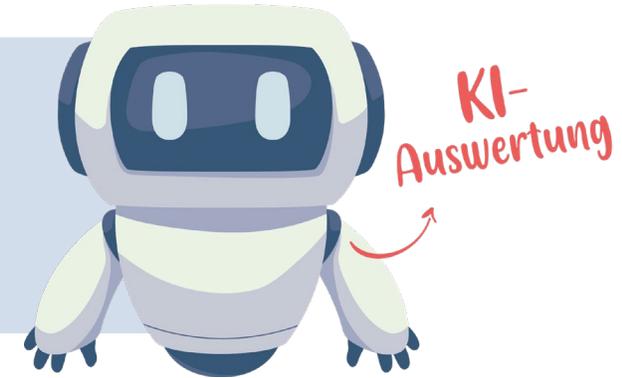
„Worüber berichten Sie in den sozialen Medien, um junge Menschen für eine Ausbildung zu interessieren?“



Social-Media

„Worüber berichten Sie in den sozialen Medien, um junge Menschen für eine Ausbildung zu interessieren?“

Hier sind die wichtigsten Punkte, die Ausbildungsverantwortliche auf die Frage „Worüber berichten Sie in den sozialen Medien, um junge Menschen für eine Ausbildung zu interessieren? Haben wir einen Bereich vergessen?“ genannt haben, geordnet nach Häufigkeit der Thematisierung:

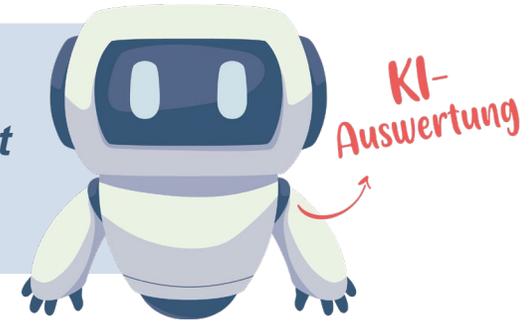


1. Allgemeine Informationen
2. Events und Veranstaltungen
3. Team und Mitarbeiteraktionen
4. Unternehmenskultur
5. Benefits und Zusatzleistungen
6. Informationen zur Ausbildung
7. Besondere Ereignisse und Jubiläen
8. Perspektiven und Karrierechancen

Zum guten Schluss

Was möchtest du noch loswerden? Was rätst du Ausbildungsbetrieben zum Umgang mit Azubi-Bewerbenden?

Hier sind die wichtigsten Punkte, die die Teilnehmer am Ende der Umfrage auf die Frage „Was möchtest du noch loswerden? Was rätst du Ausbildungsbetrieben zum Umgang mit Azubi-Bewerbenden?“ genannt haben, geordnet nach Häufigkeit der Thematisierung:



1. Wertschätzung und Respekt gegenüber Azubis
2. Mehr Kommunikation und Austausch
3. Ehrlichkeit und Transparenz
4. Verbesserung des Bewerbungsprozesses
5. Wichtigkeit der Ausbildung hervorheben
6. Einblicke in den Betrieb und dessen Kultur
7. Individuelle Förderung
8. Gute Arbeitsatmosphäre
9. Reduzierung der Abhängigkeit von Noten

O-Töne

Zum guten Schluss „

Was möchtest du noch loswerden? Was rätst du Ausbildungsbetrieben zum Umgang mit Azubi-Bewerbenden?

Denkt daran, wie es euch damals ging.

“

Geht auf deren Wünsche ein. Kleinigkeiten ziehen mehr, als das bloße Gehalt

“

Chill bisschen aber menschlich sein ist wichtig auch wenn pew pew robo Dinger ganz praktisch und cool sind.

“

Um es kurz zu sagen: Seid cool, seid präsent dort, wo auch potenzielle Azubis präsent sind, und geht mit der Zeit. ;)

“

Nicht nur ausschließlich auf die Schulnoten achten. Ein Handwerker mit ner 4 in Mathematik ist vielleicht ein geborener Schweißgott!

“

Ich persönlich habe oft die Erfahrung gesammelt, dass Betriebe sehr lange zum Antworten brauchen oder erst gar nicht Antworten. Ich finde dies sollte sich ändern und man sollte mindestens zweimal pro Woche sich alle neuen Bewerber ansehen und informieren, wie der stand der Bewerbung ist.

Was möchtest du noch loswerden? Was rätst du Ausbildungsbetrieben zum Umgang mit Azubi-Bewerbenden?

”

Weniger 3 Stunden Tests

”

*Auch Bewerber*innen zum Gespräch einladen, die vielleicht auf den ersten Blick nicht komplett reinpassen. Ein motivierter Azubi mit „fehlenden“ Qualifikationen ist mehr wert als ein unmotivierter Azubi mit 1,0 Abi*

”

Nicht zu komplizierte und lange Einstellungstests.

”

Es ist wichtig, dass Ausbildungsbetriebe allen Bewerberinnen und Bewerbern gerechte Chancen bieten und Vielfalt sowie Inklusion fördern. Zudem sollten sie offen für den Einsatz von KI sein, um den Bewerbungsprozess effizienter zu gestalten und sowohl Lern- als auch Arbeitsprozesse zu optimieren. Dadurch können sie Talente besser erkennen und fördern

”

Mehr Wert zu legen auf Online Tests als auf das Bewerbungsschreiben.

”

Es hat mich gefreut dieses Formular auszufüllen. :D

Was möchtest du noch loswerden? Was rätst du Ausbildungsbetrieben zum Umgang mit Azubi-Bewerbenden?

”

Mir fällt gerade nichts ein, Die Studie ist jedoch eine sehr gute Idee :)

”

go with the flow, niemals in dieser schnelllebigen Welt mit altbewährten Strategien verharren

”

Mehr Aufklärung über das Unternehmen/ Abläufe und die Firmenpolitik. Team-gespräche und Feedback Gespräche sind superwichtig und werden leider viel zu selten gemacht. Zudem würde ich es schön finden wenn die Ausbildungs-betriebe dazu verpflichtet wären den Azubis auf der Arbeit eine Lernzeit von zum Beispiel 2 std. In der Woche oder ähnliches zu geben.

”

Wir alle sind Menschen und machen Fehler. Das große ganze betrachten und es nicht an einem Fehler scheitern lassen. Möglichst individuelle Bewerbungstests machen, die wirklich die Kompetenzen prüfen, die man braucht. Wissen kann man sich noch aneignen und sollte kaum gewichtet werden.

Tipp #9

Die sozialen Medien verstehen

Die sozialen Medien sind nicht der heilige Gral des Azubi-Recruiting. Sie sind ein überwiegend passiv genutzter Kanal, wie Fernsehen oder Radio, nur in neu. Es braucht gute Botschaften, aufmerksamkeitsstarke Bilder (bewegt oder unbewegt), eine hohe Frequenz an Posts und viel Marketing-Know-how, um in den sozialen Medien Sichtbarkeit zu schaffen. Dazu den Mut, Neues auszuprobieren, und die Eigenschaft, über sich selbst lachen zu können.





Das Firmengebäude als Hintergrund, als Headline „Ausbildungsplatz als Verfahrensmechaniker*in Beschichtungstechnik“ und das alles ohne Budget schafft keine Reichweite. Den Tag der Katze oder von Nutella zu posten, bietet keinerlei Mehrwert oder Informationsgehalt für die junge Zielgruppe.

Die Gen Z wünscht sich mehr Informationen darüber, wie der Ausbildungsalltag oder die beruflichen Inhalte aussehen. Informationen, die die Entscheidung für einen Ausbildungsberuf oder sie als Unternehmen stützen.

Hier liegt ein wirklicher Mehrwert der sozialen Medien. Dass Sie schnell, einfach und zielgruppengerecht Informationen über sich und Ihre Ausbildung zur Verfügung stellen können. Dass die Jugendlichen so Einblicke bekommen, an die sonst schwer ranzukommen ist. Wie sieht der konkrete Ablauf der Ausbildung aus? Was sind die Inhalte des Ausbildungsberufs? Was machen Ihre ehemaligen Azubis heute – wie sehen deren Arbeitsinhalte nach der Ausbildung aus?

**Sie wollen die sozialen Medien fürs Recruiting nutzen?
Schauen Sie sich dazu unbedingt unser Video
„Social-Media-Recruiting“ an:**



shrtnr.link/2nN/



Dieser Hinweis sei erlaubt!

Nicht alle, die samstags Bundesliga schauen, wären gute Bundestrainer*innen. Etwas passiv zu konsumieren, heißt nicht, dass sie es beherrschen. Schauen wir mal, wer was tut in den sozialen Medien. Ungefähr **90 %** der Nutzer*innen konsumieren Inhalte. Weitere **9 %** kommentieren Inhalte. Nur ca. **1 %** produziert Inhalte. Das heißt, sie erstellen Posts oder Videos und posten diese in den sozialen Medien. Selbst wenn es **5 %** wären, können Sie einfach ausrechnen, wie viele Ihrer Azubis Erfahrung in der Erstellung von Social-Media-Content haben.

Nur weil Azubis soziale Medien nutzen, heißt das nicht, dass Ihr Social-Media-Account bei Azubis in professionellen Händen ist. Es gibt Gründe, warum Marketingfachleute studiert oder eine Ausbildung gemacht haben. Um es mit den Worten von Michael Praetorius zu sagen:

***„Geben Sie Botschaften denen, die gelernt haben, diese zu verfassen.
Oder befähigen Sie sie dazu.“***

**Keine Trends mehr
rund um die Ausbildung
verpassen!**

Jetzt zum u-form Newsletter anmelden.

An illustration of two hands, one on the left and one on the right, holding a white rectangular sign. The hands are wearing yellow sleeves with red cuffs. The sign has red text written on it.

**Frisches Wissen
ins Postfach**



u-form.de/news



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 „Bewerbernavigator“ 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 | 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**

MM
MaschinenMarkt

wirAUSBILDER
ERFAHRUNGEN – IMPULSE – LÖSUNGEN

ahgz

**Lebensmittel
Zeitung**

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



Dr. Manfred Böcker
HR-Präsenz

Ihr Ansprechpartner für alle PR-Fragen.

☎ 0170 3230531
✉ 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: uform@u-form.de

Für den Inhalt verlinkter Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich.