

## Pressemitteilung

### **Azubi-Bewerber als selbstbewusste Sinnsucher**

**Solingen, 23. Juni 2014 – Nicht nur Studierende und Absolventen, sondern auch Schüler und Auszubildende stellen aktuell die „Sinnsfrage“ ins Zentrum ihrer Berufswahl. Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle Studie des Ausbildungsspezialisten u-form Testsysteme, an der 1.369 Azubis, Schüler und Ausbildungsverantwortliche teilgenommen haben.**

Nun schon zum fünften Mal hat u-form Testsysteme gemeinsam mit Professorin Dr. Daniela Eisele von der HSBA Hamburg School of Business Administration Azubis und Azubi-Bewerber auf der einen und Ausbildungsverantwortliche auf der anderen Seite deutschlandweit online befragt, um Trends im Azubimarketing und –recruiting aufzuspüren. Unterstützt wurde die Studie „Azubi-Recruitingtrends 2014“ vom Azubi-Portal yousty.de. 810 Azubis und Schüler sowie 559 Ausbildungsverantwortliche haben in diesem Jahr den umfangreichen Fragebogen beantwortet.

#### **Sinnsucher mit Selbstbewusstsein**

Mehr als die Hälfte der befragten Azubis und Schüler (56 Prozent) strebt nach Spaß und Erfüllung im Beruf sowie nach einer Tätigkeit, die den eigenen Wertvorstellungen entspricht. Das rein instrumentelle Verhältnis zum Ausbildungsberuf (Mittel zum Zweck, um private Wünsche zu verwirklichen) ist ebenso die Option einer Minderheit wie vorrangig an Geld und Status orientierte Karrierevorstellungen. Dabei hat sich der Trend zum gestiegenen Selbstbewusstsein der Azubi-Bewerber konsolidiert, den die Studie schon im vergangenen Jahr dokumentieren konnte: 69 Prozent der Befragten sehen sich mit den Ausbildungsbetrieben „auf Augenhöhe“. Das ist die Folge eines grundlegenden Wandels auf dem Ausbildungsmarkt. Viele angehende Azubis können sich heute ihren Ausbildungsbetrieb aussuchen: 44 Prozent der befragten Azubis haben gleich mehrere Ausbildungsangebote erhalten (im Durchschnitt waren es drei Angebote).

#### **Azubikollege kommt nicht**

Ist diese Begehrtheit den Azubis zu Kopf gestiegen? Die Studienergebnisse legen die Antwort nahe: „noch nicht“. Aus anderen Zielgruppen ist das Phänomen bekannt: Entsteht ein Überhang an Jobangeboten, steigt ein Teil der Bewerber aus dem Fairplay aus, unterschreibt mehrere Angebote parallel und tritt dann einige Stellen einfach nicht an. Bei den Azubis haben der Studie zufolge immerhin schon 7 Prozent einen Ausbildungsvertrag unterschrieben, dann aber trotz Zusage die Ausbildung nicht angetreten. Die Gefahr des Abspringens ist bei Azubis besonders groß, denn nach Angaben der teilnehmenden Ausbildungsbetriebe vergingen 2013 im Durchschnitt mehr als sechs Monate zwischen Unterschrift und Antritt der Ausbildung. Für viele angehende Azubis ist das zu viel Zeit, um die eigene Entscheidung in Zweifel zu ziehen. Schon jetzt steuern Ausbildungsbetriebe dem „Azubikollege kommt nicht“-Phänomen entgegen. 23 Prozent der teilnehmenden Betriebe halten in der kritischen Phase regelmäßig Kontakt zu den angehenden Auszubildenden, 46 Prozent tun das zumindest sporadisch.

#### **Jobsicherheit als Attraktivitätstreiber bei Ausbildungsbetrieben**

Was macht Ausbildungsbetriebe aus Sicht der Zielgruppe attraktiv? Die „Jobsicherheit“ landet hier bei den Azubis mit einem Durchschnittswert von 3,6 (Skala von 1-4) weit vorn, dicht gefolgt von Betriebsklima, Übernahmechancen sowie Möglichkeiten zur Weiterentwicklung. Nicht immer treffen Unternehmen in ihrer Kommunikation die richtigen Themen, so ist die „Jobsicherheit“ (2,7) in der Kommunikation von Ausbildungsbetrieben

## Pressemitteilung

deutlich niedriger priorisiert als es angesichts der Vorlieben der Bewerber angebracht wäre. Auch bei den Bewerbungsprozessen besteht Verbesserungspotenzial. Bewerber bemängeln vor allem fehlendes Feedback. Dazu die Stimme eines Teilnehmers: „Meist bekommt man gar keine Rückmeldung von den Firmen über den Status der Bewerbung. Man weiß nicht, ob sie angekommen ist, gelesen wurde oder sonst irgendetwas.“

### **Karriereseiten Pflicht, Facebook Kür**

In einem Punkt besteht Einigkeit zwischen Azubis und Ausbildungsbetrieben: Facebook & Co. spielen aktuell für das Bewerbungsgeschehen kaum eine Rolle. Azubi-Bewerber nutzen mehr oder minder intensiv die Karriereseiten der Unternehmen im Internet (2,7 auf einer Skala von 1-4), Angebote der Bundesagentur für Arbeit (2,7) oder Ratschläge von Eltern und Lehrern (2,5). Social Media spielt nur eine untergeordnete Rolle. Als Gründe gaben die Azubis unter anderem an, Facebook sei ihnen zu „unseriös“ oder „persönlich“. Ein Grund könnte auch darin bestehen, dass die Betriebe die Azubi-Kommunikation über Social Media bislang kaum nutzen (1,8). „Auch aus der Befragung im vergangenen Jahr wissen wir: Die gängigen Social Media-Plattformen werden in ihrer tatsächlichen Bedeutung für das aktuelle Azubi-Marketing stark überschätzt. Unternehmen sollten eher auf Qualität und Aktualität ihrer Azubi-Seiten im Netz setzen – und dort interaktive Elemente integrieren. Das ist die Pflicht, Facebook ist aktuell die Kür“, sagt Felicia Ullrich, Geschäftsführerin von u-form Testsysteme.

**Interessierte können eine Zusammenfassung der Studienergebnisse per E-Mail an [info@uform.de](mailto:info@uform.de) bestellen (in der Betreffzeile bitte „Azubi-Recruitingtrends 2014“ angeben).**

### **u-form Testsysteme**

u-form Testsysteme macht die betriebliche Ausbildung für Unternehmen erfolgreicher. Unternehmen profitieren von den über 30 verschiedenen praxisnahen und tätigkeitsbezogenen Einstellungstests des Unternehmens. Mit opta2 bietet es eine moderne Plattform für Online-Einstellungstests für Ausbildungsplatz-Bewerber und duale Studenten. In Form des „Bewerbernavigators“ stellt u-form Testsysteme ein elektronisches Bewerbermanagementsystem zur Verfügung, das passgenau auf den besonderen Bedarf von Ausbildungsbetrieben zugeschnitten ist. Das Unternehmen fördert Austausch und Wissen zum Thema Rekrutierung von Auszubildenden, zum Beispiel durch die jährlich stattfindenden „A-Recruiter-Tage“ und die regelmäßig erscheinende „Personalstudie“. Zu den Kunden von u-form Testsysteme zählen namhafte Betriebe wie Kaufhof, McDonald's, TUI, Obi, Weidmüller, Dräger und Henkel. Die u-form Testsysteme GmbH & Co. KG mit Sitz in Solingen wurde 2007 aus dem renommierten U-Form-Verlag ausgegliedert.

[www.a-recruiter.de](http://www.a-recruiter.de)

### **Kontakt**

u-form Testsysteme  
Geschäftsführung  
Felicia Ullrich  
Cronenberger Straße 58  
42651 Solingen  
Telefon: 0212 22207-0  
E-Mail: [f.ullrich@u-form.de](mailto:f.ullrich@u-form.de)