

Pressemitteilung

Azubi-Bewerber als Persönlichkeiten ernst nehmen

Solingen, 24. Mai 2016 – Azubi-Bewerber mögen es persönlich – bei der Suche nach dem Ausbildungsplatz ist die „persönliche Empfehlung“ durch Eltern und Freunde der wichtigste Weg. In der Auswahl wünschen sich die Bewerber, dass stärker auf ihre Persönlichkeit als auf ihre Schulnoten geblickt wird. Das sind Ergebnisse der Studie „Azubi-Recruiting Trends 2016“. Für die von Prof. Dr. Christoph Beck (Hochschule Koblenz) wissenschaftlich begleitete Untersuchung hat der Ausbildungsspezialist u-form Testsysteme in diesem Jahr 4.638 Azubis, Schüler und Ausbildungsverantwortliche befragt.

Die Studie bietet einige Überraschungen. „Karriere“ spielt als Argument für die Attraktivität eines Ausbildungsunternehmens zunächst eine nachgeordnete Rolle. Bei der Antwort auf die Frage „Welche drei Dinge sind Dir im Rahmen Deiner beruflichen Karriere besonders wichtig?“ kristallisieren sich drei Kriterien heraus, die eine große Mehrheit der Azubis für wichtig hält: „eine sinnvolle Tätigkeit auszuüben“ (64,9%), „Ausgewogenheit zwischen Beruf und Freizeit“ (60,2%) sowie „immer mehr zu lernen“ (52,9%). Unter den wichtigsten Gründen für die Wahl des Ausbildungsbetriebs liegen die Faktoren „Nähe zum Wohnort“ (40,4%) und „Jobsicherheit“ (33,4%) vorn.

Empfehlungen bei der Suche nach dem Ausbildungsplatz

Für angehende Azubis ist der persönliche Rat – zum Beispiel von Freunden und Eltern – aktuell die wichtigste Informationsquelle für die Suche nach einem Ausbildungsplatz. „Persönliche Empfehlungen“ werden von 46,8% „häufig“ oder „sehr häufig“ für die Suche nach einem Ausbildungsplatz genutzt, Anzeigen in Online-Jobbörsen mit Azubi-Fokus dagegen nur von 34,5%. Arbeitgeberbewertungsplattformen wie kununu, die durchaus Empfehlungscharakter haben, nutzen nur 14,2% der Befragten „häufig“ oder „sehr häufig“.

Persönlichkeit im Auswahlverfahren

Im Auswahlverfahren mögen es angehende Azubis persönlich. 88,6% der Azubis fänden es gut, wenn Ausbildungsbetriebe neben Leistungs- auch Persönlichkeitsaspekte testen würden. 59,5% wären für ein Testverfahren in der Erstauswahl offen, das die Auswahl auf der Grundlage von Schulnoten ersetzt. Bei den Ausbildungsverantwortlichen herrscht Skepsis gegenüber der Auswahl nach Schulnoten. 47,6% von ihnen machen zum Beispiel regelmäßig die Erfahrung, dass die Schulnoten schlechter sind als die „tatsächliche Leistungsfähigkeit der Bewerber“.

Stand in den Betrieben, Digitalisierung und Industrie 4.0

Die befragten Azubis stimmen zu 87,7% der Aussage „eine Ausbildung ist etwas Solides und studieren kann ich immer noch“ zu. Aus der Sicht der meisten Ausbildungsverantwortlichen hat die duale Ausbildung im Betrieb einen guten Stand: 65,6% bewerten die „finanziellen Ressourcen“ für die duale Ausbildung als „gut“ oder „sehr gut“. In immerhin 64,1% der befragten Betriebe misst die Geschäftsleitung der Ausbildung eine „hohe“ oder „sehr hohe“ Bedeutung bei. Defizite gibt es beim Thema Digitalisierung und Industrie 4.0: In nur 16,5% der befragten Ausbildungsbetriebe sind die Ausbilder speziell für die mit diesen Veränderungsprozessen verbundenen Inhalte geschult.

Pressemitteilung

Flüchtlinge und Ausbildung: Große Mehrheit sieht keine Konkurrenzsituation

Auf die Frage „Siehst du Flüchtlinge als mögliche Konkurrenten auf dem Arbeitsmarkt an?“ antworteten 75,1% der befragten Azubis mit „Nein“ und 24,9% mit „Ja“. Von den befragten Ausbildungsbetrieben machen 16,4% Ausbildungsangebote für Flüchtlinge. 90,5% der Betriebe sehen fehlende Sprachkenntnisse als das größte Integrationshemmnis.

Richtige Anrede für angehende Azubis: Sie oder Du?

Von den teilnehmenden Ausbildungsbetrieben duzen 39,5% ihre Azubi-Bewerber auf Karriereseiten oder in Flyern, 55,7% bleiben beim traditionellen „Sie“. Unter den Azubis bevorzugen 42,2% das „Du“ auf Karrierewebsites und in Azubi-Flyern, 36,7% ist es „egal“. Dennoch sollten nicht alle Unternehmen auf das „Du“ umsteigen, empfiehlt Felicia Ullrich, Geschäftsführerin von u-form Testsysteme und Initiatorin der Studie. „Das ist in erster Linie eine Frage der Glaubwürdigkeit: Findet sich das ‚Du‘ nicht nur in den Stellenanzeigen für Azubis, sondern auch im späteren Ausbildungsalltag wieder?“, sagt Ullrich.

Über die Studie „Azubi-Recruiting Trends 2016“

Seit sieben Jahren führt u-form Testsysteme die Studie Azubi-Recruiting Trends durch. Von Dezember 2015 bis März 2016 haben deutschlandweit 3.343 Azubi-Bewerber und Auszubildende sowie 1.295 Ausbildungsverantwortliche an der Online-Befragung teilgenommen. Prof. Dr. Christoph Beck (Hochschule Koblenz, Herausgeber des Standardwerks Ausbildungsmarketing 2.0) hat die Studie wissenschaftlich begleitet. Unterstützt wurde die Umfrage durch den Sourcingpartner blicksta, die Plattform zur Berufsorientierung für Schüler. Zusätzlich zur branchenübergreifenden Edition erscheint im Juni 2016 eine „Branchenedition Hotel und Gastronomie 2016“ der Studie als gemeinsame Initiative von u-form Testsysteme als Initiatorin, des DEHOGA Bundesverbands als Verbands- sowie der Allgemeinen Hotel- und Gastronomiezeitung als Medienpartner. u-form Testsysteme gibt zudem in Zusammenarbeit mit dem Medienpartner MM MaschinenMarkt in diesem Jahr erstmals eine „Branchenedition Maschinenbau“ heraus. Mit dem Erlös aus dem Verkauf der Studie unterstützt u-form Testsysteme die Initiative JOBLINGE. Bestellung unter www.testsysteme.de/studie.

Über die u-form Gruppe

Der U-Form-Verlag bietet Materialien zur Vorbereitung auf IHK-Prüfungen. Das Solinger Familienunternehmen ist seit über 40 Jahren Partner der Industrie- und Handelskammern. Die u-form Testsysteme GmbH & Co. KG wurde 2007 aus dem Verlag ausgegliedert. Unternehmen profitieren von den über 30 verschiedenen praxisnahen und tätigkeitsbezogenen Einstellungstests des Unternehmens. Mit opta3 bietet es 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. Das Unternehmen fördert Austausch und Wissen zum Thema Rekrutierung von Auszubildenden, zum Beispiel durch die regelmäßig erscheinende Studie „Azubi-Recruiting Trends“. Zu den Kunden von u-form Testsysteme zählen namhafte Betriebe wie Kaufhof, McDonald's, TUI, Obi, Ford, Dräger und Henkel. Der U-Form-Verlag wurde als Ausbildungsbetrieb 2015 mit dem „Bergischen Ausbildungspreis“ ausgezeichnet, dem Ausbildungs-Oscar des bergischen Städtedreiecks.

www.testsysteme.de www.u-form.de

Kontakt

u-form Testsysteme
Geschäftsführung
Felicia Ullrich
Klauberger Straße 1
42651 Solingen
Telefon: 0212 2604980
E-Mail: f.ullrich@testsysteme.de