

Aus- und Weiterbildung

Vorstellungsgespräche laufen häufig veraltet ab

Drei Viertel der jungen Menschen legen bei der Stellensuche besonderen Wert auf die beruflichen Möglichkeiten nach der Ausbildung. Fast alle Azubis wünschen sich im Vorstellungsgespräch Fragen zur optimalen Gestaltung des Arbeitsumfeldes oder was ihnen Spaß macht: Das sind wichtige Ergebnisse der aktuellen Studie „Azubi-Recruiting Trends 2018“. u-form Testsysteme hat dafür mehr als 5500 Azubis, Bewerber und Ausbildungsverantwortliche rund um das Thema Azubi-Recruiting befragt.

In den Unternehmen werden allerdings noch in rund 80 Prozent der Fälle die altbekannten Fragen nach Stärken und Schwächen oder „Warum haben Sie sich ausgerechnet bei uns beworben?“ gestellt. Übrigens: Nicht etwa Social Media und Influencer spielen für Bewerber eine wesentliche Rolle bei der Berufswahl, sondern die Eltern. Im Azubimarketing werden sie aber meist außen vor gelassen. Auch hält über die Hälfte der Azubis den Einsatz von Social Media wie WhatsApp und Snapchat im Bewerbungsverfahren für unseriös. Dennoch wenden 46 Prozent der befragten Betriebe diese Apps an.

www.testsysteme.de/studie

Weitere Erkenntnisse aus der Studie lesen Sie in unserer App.



Existenzgründung und Unternehmensförderung

DIHK-Gründerreport 2018: Endlich mehr Gründungsinteresse

Nach sieben Jahren Abwärtsbewegung im Gründungsgeschehen geht es laut aktuellem DIHK-Gründerreport jetzt wieder aufwärts. So stieg zum Beispiel die Zahl der persönlichen Gespräche mit Gründungsinteresse in 32 von 79 IHK-Regionen. Auch die Besucherzahlen der IHK-Gründertage wuchsen um 10 Prozent.

Trotz vermehrten Gründungsinteresses und Beratungen sinkt die Zahl der tatsächlichen Gründungen weiterhin. Der DIHK verzeichnet einen Rückgang von 2,7 Prozent zum Vorjahr. Ein Grund dafür ist der Fachkräftemangel, der hohe Chancen für gute Anstellungsverhältnisse bietet.

Das Fazit aus den deutschlandweit über 180.000 Beratungsgesprächen in 2017: Es ist an der Zeit, dass die Politik den Weg in die Selbstständigkeit ebnet. Schnelles, flächendeckendes Internet, Bürokratieabbau und Behörden auch in ländlichen Regionen sind essenziell. Ebenso gilt es, Fragen zum Unternehmertum in die Lehrpläne der Schulen aufzunehmen.

Den vollständigen Report finden

Sie unter www.ihk-fulda.de,

Dokumentenummer 4119762.

Landesregierung wirbt für innovative Gründungen in Hessen

Mit einer neuen Start-up-Initiative soll Hessen zu einem der wichtigsten und angesagtesten Standorte für junge innovative Unternehmen in Deutschland werden. Die bundesweite Initiative konzentriert sich auf vier Kernpunkte:

Die Finanzierungs- und Förderangebote für Gründer werden durch Kombination von Darlehen und Crowdfunding ergänzt. Zudem wird die Webetrommel für die Region gerührt, um vor allem Studenten aus ganz Deutschland in die Region zu locken. Ein weltoffenes Umfeld, einfache Erreichbarkeit und Highspeed-Internet sind die Zugpferde der Werbekampagne.

Ein weiterer Kernpunkt ist es, die Vernetzung von Start-ups untereinander, aber auch zu Investoren durch Gründerzentren zu erleichtern. Ein besonderes Augenmerk wird im Rahmen der Initiative auf Universitäten und Hochschulen gelegt. Ziel ist es, dass kein Student und keine Studentin eine hessische Universität verlässt, ohne im Hörsaal mit dem Thema Start-ups in Kontakt gekommen zu sein.

www.wirtschaft.hessen.de

Neue Fonds für Start-ups der Technologiebranche

Damit aus den heutigen Start-ups die Weltfirmen von morgen werden, stärken die Länder Baden-Württemberg und Hessen mit einem grenzüberschreitenden Fonds den gemeinsamen Wirtschaftsraum. Zielgruppe sind kleine und mittlere Unternehmen mit Technologieorientierung. Die Beteiligungshöhe beläuft sich auf zweieinhalb bis fünf Millionen Euro mit einer Nachfinanzierungsmöglichkeit von bis zu weiteren zwei Millionen Euro. Bei einem Investitionszeitraum von fünf Jahren beträgt die Laufzeit des Fonds zehn Jahre mit einer Verlängerungsoption von insgesamt zwei Jahren. Der Fonds hat ein Zielvolumen von 50 Millionen Euro.

www.wirtschaft.hessen.de

Ganzheitliche, digitale Strategien sind eine Seltenheit

Nur knapp ein Viertel der Unternehmen verfolgt eine ganzheitliche, digitale Strategie, die auf allen Ebenen des Unternehmens gemeinsam entwickelt und koordiniert wird. Das ist



So reagieren Azubis auf Social Media Nutzung im Bewerbungsprozess