

Bewerber möchten wissen, wie es nach der Ausbildung weiter geht

Mehr als jeder zweiter Bewerber hat inzwischen zwei oder mehr Zusagen für einen Ausbildungsplatz. Das heißt: Heute entscheiden die jungen Menschen, bei welchem Unternehmen sie eine Ausbildung machen wollen – oder bei wem sie sich überhaupt bewerben. Darum lohnt es sich, einmal darauf zu schauen, was die junge Zielgruppe denkt und von einem Ausbildungsbetrieb erwartet. Diesen Blick auf die Wünsche der Auszubildenden wirft Felicia Ullrich. Bereits zum sechsten Mal hat sie mit ihrem Unternehmen u-form Testsysteme eine doppelerspektivische Studie zum Thema Azubi-Recruiting und Azubi-Marketing erstellt. Dazu hat sie 4.303 Azubi-Bewerber und Auszubildende sowie 1.234 Ausbildungsverantwortliche befragt.



Felicia Ullrich

wirtschaft: *Frau Ullrich, Sie empfehlen Unternehmen, ihre bereits langjährig bewährte Stellenanzeige mal zu überdenken. Warum?*

Felicia Ullrich: Aus der Befragung unseres Studienpartners Talenthero wissen wir, dass nur 28 Prozent der Jugendlichen nach dem Lesen einer Stellenanzeige Lust haben, sich zu bewerben. Ich denke, das ist ein erschlagendes Argument. Wenn man dann dagegen hält, dass viele Stellenanzeigen ja auch noch Geld kosten, ist es schon allein aus Effizienzgründen sinnvoll, die Quote durch lebendige und Lust auf Ausbildung machende Stellenanzeigen zu ersetzen.

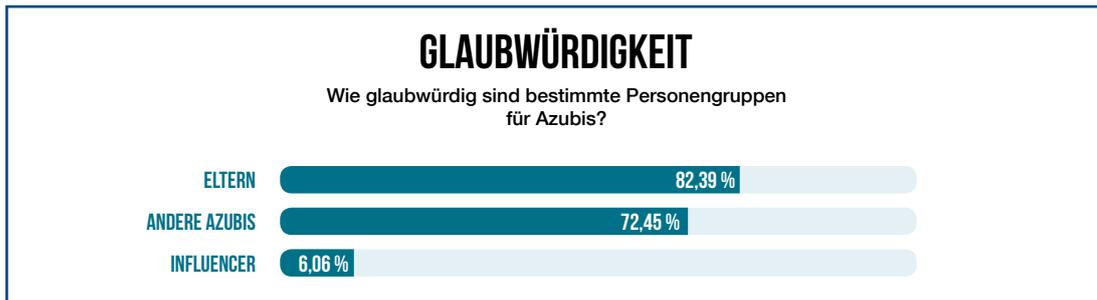
Welche Informationen in den Anzeigen wünschen sich die Jugendlichen?

Aus der aktuellen Studie wissen wir, dass die jungen Leute mehr darüber erfahren möchten, wie es nach der Ausbildung weiter gehen kann, welche Zukunftschancen der Beruf und das Unternehmen bieten. Und sie wünschen sich mehr Informationen zum Ausbildungsberuf und zum Ausbildungsunternehmen. Zwar werden Informationen gegeben, aber selten spannend im Sinne von Story-Telling und oft in wenig zielgruppengerechter Sprache. Mein Lieblingsbeispiel ist hier immer die Aussage



Nur 28% haben nach dem Lesen einer Anzeige Lust, sich zu bewerben.





der „tariflichen Bezahlung“. Welcher 17-Jährige weiß schon, welche konkrete Summe sich dahinter verbirgt? Kaum einer, weil der Begriff tarifliche Bezahlung in seinem bisherigen Leben einfach nicht vorgekommen ist. Hier wünscht sich die Zielgruppe konkrete Zahlen.

Was ist der entscheidende Faktor sich für einen Ausbildungsplatz zu entscheiden?

Auf die Frage, was den Bewerbern den letzten Kick gegeben hat, sich für ihr Unternehmen zu entscheiden, lagen in der Studie auf den ersten Plätzen das „sympathische Gespräch“ und die „gute Atmosphäre“. Aber schon auf Platz drei kommt die „schnelle Entscheidung“. In Zeiten schneller Kommunikation wie über WhatsApp können sich Unternehmen lange Bewerbungsprozesse nicht mehr leisten. 61 Prozent der Jugendlichen haben heute mehr als ein Ausbildungsplatzangebot. Da heißt es, schnell „zuzuschlagen“, wenn ein Bewerber einen guten Eindruck macht. Wer das als Unternehmen mit eigenen Ressourcen nicht leisten kann, sollte das Angebot der Azubi-Finder der IHK Arnsberg nutzen, die sie aktiv bei der Suche passender Azubis unterstützen.

Was ist für Auszubildende noch wichtig?

Wichtig sind Faktoren wie Sicherheit, gute Weiterbildungsmöglichkeiten und Zusatzqualifikationen schon in der Ausbildung. Und das gilt es, möglichst authentisch und zielgruppengerecht zu vermitteln. Eine gute Möglichkeit hierfür sind Ausbildungsbotschafter. Keiner kann die Vorteile von Ausbildung an die junge Zielgruppe

so glaubhaft vermitteln, wie die junge Zielgruppe selber. Ganz wichtig ist auch, dass junge Menschen Arbeit und Unternehmen erleben können. Wir wissen aus der Studie, dass über 70 Prozent der Jugendlichen gerne Probearbeiten oder ein Praktikum machen möchten. Aber nur etwas über 30 Prozent der Unternehmen bieten diese Möglichkeit. Natürlich kostet ein Praktikum Zeit und ist mit Aufwand verbunden, aber es ist eine hervorragende Investition, um junge Menschen zu gewinnen. Vielleicht sollten einfach mal die Azubis als Projekt den Ablauf eines Praktikums gestalten. Sie wissen, welche Aufgaben die junge Zielgruppe spannend findet und zu welchen Kollegen man Praktikanten guten Gewissens schicken kann.

Welche Bedeutung haben Social-Media-Kanäle und Online-Stellenbörsen?

81 Prozent der Jugendlichen suchen online nach Ausbildungsplätzen. Aber eher bei Google als bei Snapchat. Social Media wird hier in meinen Augen total überbewertet. Auch die aktuelle Studie zeigt sehr deutlich, dass das jetzt so gehypte Snapchat nichts ist, worüber sich Bewerber eine Ansprache wünschen. Wir wissen, dass bei der Wahl des Ausbildungsplatzes die räumliche Nähe zum Wohnort eine große Rolle spielt. Daher würde ich immer auch Medien mit einbeziehen, die diese Nähe herstellen – das ist bei Social Media bisher nicht der Fall. Da sind Medien, die eine konkrete Suche erlauben, wie der IHK Lehrstellenatlas oder die Jobbörse der Arbeitsagentur viel besser geeignet. Das gemischt mit einem guten Schulmarketing und der Ansprache zum Beispiel über das



Vielleicht sollten die Azubis als Projekt den Ablauf eines Praktikums gestalten.



Quelle Infografiken: u-form Testsysteme GmbH & Co. KG.

lokale Radio sind wahrscheinlich erfolgsversprechender. Aber auch wenn ich mich wiederhole - viel wichtiger als der Kanal sind gute, spannende Inhalte. Gute Inhalte funktionieren in jedem Medium - schlechte Inhalte funktionieren auch in guten Medien nicht.

IHK Arnsberg mit den Elternbotschaftern, was ich so auch von keiner anderen IHK bisher kenne. Denn hier gilt das gleiche wie bei der jugendlichen Zielgruppe. Keiner kann authentischer den Vorteil einer Ausbildung an Eltern übermitteln als es Eltern können. Wenn hier den Eltern, durch andere Eltern und deren eigene Biografie heraus, glaubhaft und spannend Karrierewege aus der Ausbildung heraus aufgezeigt werden, dann besteht eine große Chance, dass Eltern Ausbildung wieder stärker als Alternative zum Studium sehen. Ich habe selber mit einer Banklehre meine Karriere angefangen und würde auch nachträglich keinen anderen Weg gehen. Darum gilt auch hier: machen Sie Ihre Berufe und Ihre Unternehmen auch für Eltern erlebbar. Nur weil ich erwachsen bin und im Berufsleben stehe, kenne ich doch nicht die ganze Bandbreite an beruflichen Möglichkeiten.



Eltern wollen das Beste für ihre Kinder, aber wissen nicht, was das Beste ist.

Welche Rolle spielen Eltern im Berufsorientierungsprozess?

Eltern sind ganz wichtig in diesem Prozess. Auch wenn Jugendliche in der Pubertät die eigenen Eltern vielleicht spießig finden, so wissen sie doch, dass sie es gut mit ihnen meinen und sie sich auf sie verlassen können. Aber auch Eltern sind heute ob der Vielfältigkeit des Angebots oft verwirrt. Sie wollen das Beste für ihre Kinder, aber wissen nicht was das Beste ist.

Wie lassen sich denn die Eltern besser über die Ausbildungsmöglichkeiten informieren?

Vorbildlich finde ich hier die Initiative der

Das Interview führte Thomas Becker

---mehr-----
www.testsysteme.de/studie