



Spannende Schnuppertage:
Sie sind ein Mittel, um Einblicke in die Vielfalt
beruflicher Tätigkeitsfelder zu geben.

Studie: Azubi-Recruiting Trends

Die Generation Z für Ausbildung begeistern

Fachkräfte Praktika, Social Media und mehr: Wie Unternehmen erfolgreich Auszubildende gewinnen, hat eine IHK-Veranstaltung gezeigt. Ein Gastbeitrag der Referentin Felicia Ullrich, Geschäftsführerin der u-Form testsysteme.

Sie würden sagen: Es fehlen Bewerberinnen und Bewerber für unsere Ausbildungsplätze – Bewerberinnen und Bewerber mit den passenden Fachkompetenzen und der richtigen Arbeitsmoral. Ich würde sagen, Unternehmen fehlt es an Zahlen, Kreativität, Veränderungsbereitschaft und Mut. Vielleicht noch der eine oder andere Tipp oder Kniff, wie es besser geht.

Wie ich darauf komme? Seit zehn Jahren führt die u-form Testsysteme Deutschlands größte doppelperspektivische Studie durch, die Azubi-Recruiting Trends. Laut den Ergebnissen der aktuellen Studie sind bei 50 Prozent der Unternehmen Praktika der erfolgreichste Recruiting-Kanal. Das nach zwei Jahren Corona und vielen ausgefallenen Praktika? Ist das Wissen oder Ahnen?

83

Prozent
der Jugendlichen suchen
über Google nach
Ausbildungsplätzen.

Der größte Teil der Unternehmen kann nicht mit Zahlen belegen, welche Kanäle erfolgreich funktionieren, wie lange ihr Bewerbungsprozess dauert und an welchen Stellen Bewerberinnen und Bewerber abspringen. Aber nur wenn Sie wissen, wo der Hase im Pfeffer liegt, können Sie konkrete Maßnahmen ergreifen.

Wo Jugendliche Ausbildungsplätze suchen

In den Azubi-Recruiting Trends finden sich weitere spannende Zahlen. Zum Beispiel, auf welchen Kanälen Jugendliche besonders häufig nach Ausbildungsplätzen suchen. Mit 83 Prozent liegt Google auf Platz eins, gefolgt von Karriereseiten (77 Prozent) und Jobbörsen (59 Prozent). Platz vier teilen sich die persönliche Ansprache und Social Media.

Social Media wird oft als der Heilsbringer im Azubi-Marketing verkauft. Zu Unrecht, wie der azubi.report 2022 von ausbildung.de zeigt. Nur 13 Prozent der Jugendlichen gaben an, dass Social Media ihre Berufswahl beeinflusst hat. Social-Media-Kanäle wie Instagram, TikTok oder Youtube sind passive Werbekanäle wie Fernsehen oder Radio – halt nur in Neu. Was sie brauchen, um für die Zielgruppe sichtbar zu werden, sind Follower. Die werden Sie, selbst wenn Sie sehr regelmäßig posten, ohne Anzeigenschaltung oder richtig witzige Posts nicht erreichen.

Um mit Social Media erfolgreich Azubis zu rekrutieren, brauchen Sie eine gute Strategie oder eine gute Agentur, die die passenden Anzeigen für Sie schaltet. Auch wenn Instagram und Co. für kurzfristiges Azubi-Recruiting nur bedingt taugen, sind sie auf jeden Fall hilfreich, wenn es darum geht, Einblicke in Ihren Ausbildungsalltag zu gewähren und Sie als attraktiven Arbeitgeber zu positionieren.

Sie wollen wissen, was sie verdienen

Lassen Sie uns über Geld reden. Auch wenn Geld nicht das wichtigste Kriterium für einen Ausbildungsplatz ist, möchten die Jugendlichen wissen, was sie verdienen. Und das nicht erst im Vorstellungsgespräch, sondern schon in den Stellenausschreibungen. Aber noch immer fehlt in mehr als 80 Prozent der Stellenausschreibungen die Angabe der Ausbildungsvergütung.

Ein wichtiger Schlüssel zu zufriedenen Azubis ist Eignung. Wer Talent für etwas mitbringt, ist erfolgreicher und zufriedener. In vielen Auswahlprozessen geht es mehr um ein gutes Bauchgefühl, statt wissenschaftlich fundierter Eignungsdiagnostik. Meta-Studien zeigen, dass valide Testverfahren in Kombination mit strukturierten Interviews die höchste Vorhersagekraft für Ausbildungserfolg bieten.

Von alten Glaubenssätzen trennen

Aus Angst die Falschen einzustellen, machen wir oft den viel größeren Fehler: Wir stellen die Richtigen nicht ein. Trennen Sie sich von alten Glaubenssätzen, die einer Zeit entstammen, wo sie aus dem Vollen schöpfen konnten, was Bewerbungen angeht. Testen Sie Bewerberinnen und Bewerber ohne Vorselektion, strukturieren Sie Ihre Interviews und bieten Sie mit spannenden Praktika oder Schnuppertagen Einblicke in den Ausbildungsalltag.

Felicia Ullrich

➔ **Fragen?** Enrico Gaede, Teamleiter der IHK-Bildungsberater, hilft gern weiter: Tel. 0561 7891-388, E-Mail: gaede@kassel.ihk.de



„Aus Angst die Falschen einzustellen, machen wir oft den viel größeren Fehler: Wir stellen die Richtigen nicht ein.“

Felicia Ullrich,
Geschäftsführerin
u-form testsysteme
GmbH & Co. KG

Die Generation Z

Eine eindeutige Definition gibt es nicht. Überwiegend sind die zwischen 1997 und 2012 Geborenen gemeint. Bezeichnet werden sie auch als Corona-Generation oder Digital Natives.

Azubi-Marketing

Zehn Tipps, wie Firmen sichtbarer werden

Für ihre Bereitschaft, sich aktuellen Themen anzunehmen und kreative Lösungsansätze zu entwickeln, ist Felicia Ullrich (u-Form Testsysteme GmbH & Co. KG) bekannt. Ihre Tipps:

- Werden Sie bei **Google** sichtbar: Optimieren Sie Ihre Stellenausschreibungen für Google for Jobs oder über Google Advertising.
- Nutzen Sie alle **kostenlosen Jobbörsen** wie die der IHK unter www.ihk.de/kassel-marburg/lehrstellenboerse und der Arbeitsagentur sowie die Reichweite von bezahlten Jobbörsen.
- Begeistern Sie durch einen attraktiven Auftritt bei **Jobmessen**. Versuchen Sie beispielsweise durch Gewinnspiele so viele Kontakte wie möglich zu generieren.
- Hängen Sie in Döner-Läden oder Bäckereien, die sich in der Nähe von Schulen befinden, **Plakate** auf. Im Gegenzug spendieren Sie Ihrem Team dort mal einen Döner.
- Anzeigen bei **ebay-Kleinanzeigen** schalten.
- Bieten Sie ein **Summercamp** an, in dem Bewerberinnen und Bewerber verschiedene Ausbildungsberufe kennenlernen. Kooperieren Sie mit anderen ausbildenden Betrieben.
- Betreiben Sie aktives **Empfehlungsmarketing**. Bitten Sie Ihre Belegschaft und Auszubildenden um Mithilfe bei der Suche. Loben Sie kleine Prämien aus.
- Schalten Sie **Werbung in Bussen**. Schülerinnen und Schüler fahren viel Bus. Dabei gilt: Keep it simple. Ein aufmerksamkeitsstarkes Motiv, ein QR-Code und eine einfache Bewerbungsmöglichkeit – mehr nicht.
- Schalten Sie Anzeigen in **Abi-Zeitungen** – die liest auch heute noch jeder Schüler. Um die Eltern als Zielgruppe anzusprechen, können Sie in der **Tageszeitung** inserieren.
- Bieten Sie die Möglichkeit, sich auch noch **kurzfristig** für das gleiche Jahr zu **bewerben**. Vor lauter Abi-Stress ist das Thema Bewerbung machen Schülern durchgegangen.

➔ **Noch mehr Tipps gewünscht?** Firmen, die an der Studie Azubi-Recruiting Trends 2023 unter www.testsysteme.de/studie teilnehmen, gehören zu den Ersten, die die Ergebnisse erhalten.